

Opinieonderzoek en politieke partijen

De VVD en opinieonderzoek
in de periode van 1948 tot 1987

Rob Martens
Masterscriptie
Politiek en Parlement
Radboud Universiteit
Studentnummer: 4126513
Scriptiebegeleider: Harm Kaal
Inleverdatum: 14 augustus 2015

Inhoud

Inleiding	3
Het begin van opinieonderzoek en de VVD: 1948-1957	9
Professionalisering opinieonderzoek: 1958-1967	13
Structureel opinieonderzoek: 1968-1977	18
Verbreiding opinieonderzoek: 1978-1987	26
Conclusie: de VVD en opinieonderzoek	34
Literatuurlijst	38

Inleiding

Tegenwoordig speelt opinieonderzoek een belangrijke rol bij verkiezingen. Partijen maken gebruik van opinieonderzoek voor de verkiezingscampagne. Dit heb ik mede bij mijn stage bij D66 Gelderland ervaren. In de verkiezingscampagne voor de Provinciale Statenverkiezingen van 2015 liet de partij verschillende peilingen uitvoeren. Deze bieden een illustratie van de rol van opinieonderzoek bij verkiezingen. Er werd bij Maurice De Hond een peiling over Gelderland aangevraagd. Uit die peiling kwam naar voren dat de strijd om wie de grootste partij zou worden tussen de CDA, D66 en de PVV ging. Verwacht werd dat de CDA op 9 zetels zou uitkomen en D66 en de PVV op 8 zetels. In het onderzoek werd ook gevraagd wat men vond van de plannen om 1,2 miljard te investeren in innovatie, groene energie en energiebesparing. Een meerderheid van de ondervraagden vond dat een goed idee, terwijl D66 de enige partij was die zoveel wilde investeren. Na contact met *De Gelderlander* werd de peiling in de krant geplaatst, hiermee konden de mensen in Gelderland zien dat D66 er goed voor stond en dat men het met de plannen van D66 eens was.¹ Later in de verkiezingscampagne liet D66 een onderzoek verrichten naar wat kiezers vonden van de plannen van de partij om krediet te verlenen aan innovatieve bedrijven. Ook werd er de stelling voorgelegd dat Gelderland beter kan investeren in zonnepanelen op schooldaken dan kernenergie toestaan langs de rivieren. Allebei de plannen werden door een ruime meerderheid van de VVD-kiezers positief ontvangen. D66 liet naar aanleiding van deze resultaten een persbericht uitgaan dat de VVD-kiezer het vaak eens is met de standpunten van het D66-programma.² Op deze manier wordt opinieonderzoek in de politieke praktijk van de verkiezingscampagne tegenwoordig gebruikt.

Over het gebruik van opinieonderzoek door politieke partijen in Nederland is weinig onderzoek gedaan, waardoor daar een interessant onderwerp van onderzoek zit. Ik wil hier een bijdrage aan leveren door te onderzoeken hoe politieke partijen in Nederland begonnen met het gebruik van opinieonderzoek en hoe dit zich door de jaren heen ontwikkeld heeft. Hierbij wil ik me richten op een specifieke politieke partij, namelijk de VVD, en hoe die gebruik heeft gemaakt van opiniepeilingen in de eerste veertig jaar van haar bestaan.

In tegenstelling tot Nederland is er over andere landen wel onderzoek gedaan naar het gebruik van opinieonderzoek door politieke partijen. Het verschilt per land en binnen landen per partij wanneer er werd begonnen met opinieonderzoek. De Verenigde Staten waren het eerste land dat begon met kiezersonderzoek. Saray Igo heeft beschreven dat er in de jaren dertig door kranten werd begonnen

¹ *De Gelderlander* (16-02-2015).

² D66 Gelderland, 'VVD-kiezer vaak eens met standpunten D66', <[https://gelderland.d66.nl/vvd-kiezer-vaak-eens-met-standpunten-d66/](https:// gelderland.d66.nl/vvd-kiezer-vaak-eens-met-standpunten-d66/)> [geraadpleegd 19-07-2015].

met opiniepeilingen. Peilingen werden gepresenteerd als democratisch, omdat het de wil van het volk zou laten zien. Op deze manier kwam er een positief beeld over peilingen en gingen politieke partijen er al snel gebruik van maken.³

Laura Beers heeft onderzoek gedaan naar de introductie en het gebruik van opinieonderzoek in Engeland. In tegenstelling tot de VS verliep in Engeland de opkomst van peilingen moeizaam, omdat er veel vooroordelen over bestonden. Peilingen zouden politiek gemotiveerd zijn en werden daarom, ook door de politieke partijen, wantrouwend bekeken. Bovendien waren in het interbellum de Conservatieven steevast de grootste partij, waardoor het gebruik van peilingen niet interessant was. Tijdens de Tweede Wereldoorlog kwam de Britse overheid met een peilingbureau, maar daar kwam zoveel kritiek op dat het er al snel mee stopte. Het gebruik van peilingen werd interessanter toen in 1945 Labour verrassend won en daarmee het tweepartijstelsel terugkeerde. Ook de media gingen na de oorlog gebruik maken van peilingen.⁴

Het begin van opinieonderzoek verliep in Duitsland op een andere manier, omdat het daar door de westerse geallieerden werd ingevoerd om te onderzoeken of er onder de bevolking antidemocratische en fascistisch gevoelens waren. Anja Kruke en Benjamin Ziemann hebben naar kiezersonderzoek in Duitsland onderzoek gedaan. Op het opinieonderzoek door de geallieerden kwam kritiek en niet lang erna gingen Duitse opiniepeilers het onderzoek overnemen. In de jaren vijftig kwam er vervolgens samenwerking van politieke partijen met opiniepeilers. De CDU begon als eerste met het gebruik van peilingen en toen die er succes mee had begon de SDP er ook mee.⁵

In Frankrijk en Australië gingen partijen pas in de jaren zeventig gebruik maken van peilingen. Hierbij is het interessant dat er blijkbaar landen zijn waar partijen pas veel later gebruik gingen maken van opiniepeilingen. Daarnaast is mede door naar die landen te kijken de overeenkomst te constateren dat rechtse organisaties en partijen eerder begonnen met kiezersonderzoek dan die uit de linkerkant van het politieke spectrum. In Frankrijk was er tot de jaren zeventig een belangrijk opiniebureau dat exclusief aan één krant, *France-Soir*, publiceerde. Hierdoor werd het gezien als onderdeel van de conservatieve overheid en daar was vanaf linkse kant kritiek op. In Australië was dit vergelijkbaar, doordat de conservatieve media lange tijd een monopolie op peilingen hadden.⁶

Peilingen lieten zien dat sociale groepen niet automatisch een gezamenlijke politieke

³ S. Igo, 'Hearing the Masses: The Modern Science of Opinion in the United States', in: K. Brückweh e.a. (red.), *Engineering Society: The Role of The Human and Social Sciences in Modern Societies, 1880-1980* (Basingstoke 2012) 215-233.

⁴ L. Beers, 'Whose Opinion?: Changing Attitudes Towards Opinion Polling in British politics, 1937-1964', *Twentieth Century British History*, Vol. 17, No. 2 (2006) 177-205.

⁵ A. Kruke, B. Ziemann, 'Observing the Sovereign: Opinion Polls and the Restructuring of the Body Politic in West Germany, 1945-1990', in: K. Brückweh e.a. (red.), *Engineering Society: The Role of The Human and Social Sciences in Modern Societies, 1880-1980* (Basingstoke 2012) 234-251.

⁶ Kruke, 'Observing the Sovereign'.

voorkeur hadden. Politieke partijen konden met peilingen informatie verkrijgen over de politieke voorkeuren van mensen en wat ze belangrijk vonden. Kruke laat zien dat partijen in Duitsland met behulp van peilingen onderzochten hoe bepaalde sociale groepen ergens over dachten en hoe hun stem te verkrijgen was. Hieruit bleek echter dat sociale groepen en kiesvoorkeur niet altijd met elkaar samen gingen. Vooral voor de SDP was dit lastig, want die zagen de arbeidersklasse als een groep met een gemeenschappelijke politieke voorkeur. Als gevolg hiervan kwam er met peilingen aandacht voor de zwevende kiezers. Bij verkiezingsonderzoek werden meer vragen gesteld om informatie te krijgen over individuele voorkeuren van mensen. Er werd bijvoorbeeld gekeken naar welke politieke terminologie ze gebruiken, om daar op in te spelen met de verkiezingscampagne.⁷ Dennis Kavanagh beschrijft hoe dit in Engeland het geval was. Met peilingen werd op zoek gegaan naar mensen die twijfelen tussen de partijen en wat ervoor kon zorgen dat ze voor een partij zouden kiezen.⁸

De hierboven beschreven onderzoeken laten zien dat politieke partijen verschillende motieven hebben voor het gebruik van opinieonderzoek. Ten eerste voor de opzet van de verkiezingscampagne en het campagnemateriaal. Door middel van kiezersonderzoek kunnen partijen beter te weten komen hoe kiezers binnen te halen zijn. Dit is de belangrijkste reden waarvoor opinieonderzoek wordt ingezet die bij alle verschillende onderzoeken te vinden is. Met opinieonderzoek krijgen partijen kennis over welke kiezers interessante doelgroepen zijn en welke standpunten belangrijk gevonden worden, waar vervolgens in de campagne de nadruk op gelegd kan worden. Dit zonder dat de partij van standpunt verandert.⁹

Er zijn partijen die wel mede op basis van peilingen hun standpunten aanpassen, dit is een tweede reden waarom partijen gebruik maken van kiezersonderzoek. In de werken van Beers en Kavanagh komt naar voren dat dit bij de Labour partij het geval was. Het partijbestuur vond, mede door het dalende ledenaantal, dat peilingen representatiever waren dan de stem van leden en daarmee beter geschikt waren voor het vormen van standpunten. Dit zorgde voor een interne strijd binnen Labour. De linkerkant van de partij was tegen opinieonderzoek, want het bestuur van de partij zou de peilingen gebruiken om rechtse politiek te legitimeren. Naast Labour was er ook in de VS te zien dat politieke partijen en kandidaten voor politieke functies hun standpunten aanpasten na kiezersonderzoek.¹⁰

⁷ Ibidem.

⁸ D. Kavanagh, 'Private opinion polls and campaign strategy', *Parliamentary Affairs*, Vol. 45, No. 4 (1992) 518-527.

⁹ Beers, 'Whose Opinion?'; Igo, 'Hearing the Masses'; Kavanagh, 'Private opinion polls and campaign strategy'; Kruke, 'Observing the Sovereign'.

¹⁰ Beers, 'Whose Opinion?'; Igo, 'Hearing the Masses'.

Ten derde worden peilingen gebruikt om de resultaten ervan te delen om op die manier te laten zien dat de partij het goed doet en dat mensen het met de standpunten van de partij eens zijn. Partijen kunnen ervoor kiezen de uitkomsten van peilingen met het publiek delen, om zo een bandwagon-effect te creëren. Het bandwagon-effect is het effect dat mensen eerder voor een bepaalde partij of standpunt zijn als ze weten dat veel mensen ervoor zijn. Op deze manier kunnen peilingen effect hebben op de verkiezingsuitslag en de publieke opinie. Over deze werking en de grootte van het bandwagon-effect bestaat veel debat, maar er is wel uit verschillende soorten onderzoeken gebleken dat het effect bestaat. Hierbij speelt de media een belangrijke rol, want de media zorgt ervoor dat burgers kennis krijgen van de peilingen, waardoor het bandwagon-effect kan optreden. Hierdoor kan het voor partijen voordelig zijn om peilingen waarin die partij, of standpunten van die partij, het goed doet publiek te maken.¹¹ Hierbij speelt framing een rol. Om een zo gunstig mogelijke uitslag te kunnen laten zien is het voor een partij van belang op welke manier de vragen gesteld worden. Voor het gebruik van framing is George Lakoff belangrijk geweest. Hij liet zien dat partijen door gebruik te maken van framing voor een gunstige uitkomst van een peiling kunnen zorgen en daarmee de publieke opinie kunnen beïnvloeden.¹²

Hoewel de situatie per land verschilt zijn er wel overeenkomsten in het gebruik van opiniepeilingen door politieke partijen te vinden. Over het algemeen werd door rechtse partijen en media begonnen met het gebruik van opinieonderzoek en volgden linkse partijen later. De resultaten van opinieonderzoek zijn voornamelijk gebruikt in de verkiezingscampagne. Door het onderzoek weten partijen beter waarmee ze mensen kunnen aanspreken en daarmee meer stemmen en zetels kunnen verkrijgen.

Aan de hand daarvan is het interessant om te kijken hoe dat in Nederland het geval is, hoe Nederlandse politieke partijen gebruik maken van opinieonderzoek. Het is een goed onderwerp voor onderzoek, omdat er nog weinig onderzoek naar gedaan is. Hierdoor is er weinig kennis over hoe partijen gebruik hebben gemaakt van opiniepeilingen, terwijl het wel een belangrijke rol kan hebben gespeeld in de verkiezingscampagnes en daarmee in de verkiezingsuitslag. Een onderzoek hiernaar kan nieuwe inzichten opleveren over het belang van opinieonderzoek in Nederland bij verkiezingen en hoe kiezersonderzoek zich ontwikkeld heeft. Door hier onderzoek naar te doen kan bovendien gekeken worden in hoeverre de Nederlandse situatie met die van andere landen te vergelijken is. Om

¹¹ Kavanagh, 'Private opinion polls and campaign strategy'; I. McAllister, D. Studler, 'Bandwagon, Underdog, or Projection? Opinion Polls and Electoral Choice in Britain: 1979-1987', *The Journal of Politics*, Vol. 53, No. 3 (1991) 720-741; T. van der Meer, A. Hakhverdian en L. Aaldering, 'De invloed van peilingen op kiezers: het bandwagon-effect', *B en M: tijdschrift voor beleid, politiek en maatschappij*, Vol. 40, No. 2 (2013) 185-191; D. Rothschild, N. Malhotra, 'Are public opinion polls self-fulfilling prophecies?', *Research and Politics*, Vol. 1, No. 2 (2014) 1-10.

¹² G. Lakoff, *The Political Mind: A Cognitive Scientist's Guide to Your Brain and Its Politics* (Londen 2009).

erachter te komen hoe politieke partijen gebruik maken van peilingen wil ik onderzoek doen naar één politieke partij, namelijk de VVD. De vraagstelling hierbij is:

Hoe heeft de VVD gebruik gemaakt van opinieonderzoek en de resultaten ervan voor de verkiezingscampagnes van de Tweede Kamerverkiezingen in de periode van 1948 tot 1987?

Methodologische verantwoording

Voor het onderzoek is gekozen voor de VVD als onderzoeksonderwerp. De VVD is opgericht in 1948 en sindsdien een van de belangrijke partijen in Nederland. Hiermee beslaat de partij de periode dat er gebruik wordt gemaakt van opinieonderzoek in Nederland. Logischerwijs beslaat dit periodes waarin het beter en slechter met de partij ging. Dit kan van invloed zijn geweest op het gebruik van peilingen door de partij. In de beginperiode van zijn bestaan was het zetelaantal van de VVD vrij stabiel, terwijl er later meer hoogte- en dieptepunten waren. Deze ontwikkeling was in de gehele Nederlandse politiek te zien. Hierbij is te verwachten dat opiniepeilingen toen belangrijker werden en partijen er meer gebruik van gingen maken. De VVD is een partij aan de rechterkant van het politieke spectrum. In andere landen waren het vaak rechtse partijen die begonnen met het gebruik van opinieonderzoek. Hierop baseer ik de hypothese dat de VVD redelijk snel en zonder veel interne discussie vooraf, gebruik is gaan maken van opinieonderzoek.

Dit zal onderzocht worden door in het VVD-archief na te gaan wat er in de interne documenten van de partij over opinieonderzoek te vinden is. Hierbij zal gekeken worden naar archiefstukken met betrekking tot verkiezingsonderzoek, de verkiezingscampagnes voor Tweede Kamerverkiezingen en de propagandacommissie van de VVD om zo een totaal beeld te krijgen van hoe de partij gebruik gemaakt heeft van opiniepeilingen. Bij verkiezingen kan gebruik gemaakt worden van opinieonderzoek door de resultaten van het onderzoek te gebruiken voor de verkiezingscampagne. Dit onderzoek kan een beeld geven over hoe een politieke partij in Nederland heeft gemaakt van opiniepeilingen. De periode van het onderzoek beslaat de eerste veertig jaar van de VVD, zodat te zien is hoe de VVD begonnen is met het doen van opinieonderzoek en hoe dat zich door de tijd heen ontwikkeld heeft.

In het onderzoek zal het gebruik van opinieonderzoek door de VVD in de periode van 1948 tot 1987 behandeld worden. Dit door middel van een chronologisch verhaal met vier hoofdstukken die ieder ongeveer tien jaar beslaan. Het eerste hoofdstuk zal gaan over de begintijd van de VVD en dat de partij begon met opinieonderzoek. Vervolgens zal in de volgende hoofdstukken de ontwikkeling van het opinieonderzoek aan bod komen. Binnen de hoofdstukken zal er gekeken worden naar het gebruik van kiezersonderzoek, door te analyseren welke opinieonderzoeken er gedaan werden, op

welke wijze het onderzoek uitgevoerd werd en wat de resultaten ervan waren. Vervolgens zal er onderzocht worden hoe die resultaten gebruikt werden in de verkiezingscampagnes. Het literatuuronderzoek heeft laten zien dat voor partijen verkiezingen een belangrijke reden zijn om opinieonderzoek te doen om, met het gebruik van de onderzoeksresultaten, de campagne vorm te geven op een manier die hun meer stemmen oplevert. Door aandacht te besteden aan de campagnes voor de Tweede Kamerverkiezingen zal onderzocht worden wat er met de uitslag van opinieonderzoek gedaan is. Een manier waarop dat zal gebeuren is met behulp van verkiezingsfolders- en affiches. Deze gaan vaak over bepaalde onderwerpen of zijn voor een bepaalde doelgroep. Bij de keuze over welke onderwerpen en voor welke doelgroepen folders en affiches gemaakt worden kan opinieonderzoek gebruikt worden. Hiermee is het interessant om te analyseren of de resultaten van het opinieonderzoek terug te zien zijn in de campagnestrategie en -materiaal. Daarnaast wordt besproken hoe opinieonderzoeken op een andere manier gebruikt zijn, zoals door de resultaten ervan openbaar te maken. Om het onderzoek in de politieke context te plaatsen zullen de uitslagen van de verkiezingen en de verschillende kabinetten kort behandeld worden. Aan het eind van ieder hoofdstuk zullen de karakteristieken van het hoofdstuk besproken worden. In de conclusie zal er een overzicht gegeven worden van het begin van opinieonderzoek door de VVD en de ontwikkeling ervan om met behulp daarvan de vraagstelling te beantwoorden. Daarbij zal dit worden vergeleken met het gebruik van opinieonderzoek door politieke partijen in andere landen.

Het begin van opinieonderzoek en de VVD: 1948-1957

De VVD was een van de nieuwe politieke partijen die in de jaren na de Tweede Wereldoorlog in Nederland ontstonden. In het interbellum waren er twee belangrijke liberale partijen geweest, namelijk de conservatief-liberale Liberale Staatspartij en de sociaal-liberale Vrijzinnig-Democratische Bond (VDB). Na de oorlog werd de Liberale Staatspartij verder gezet als de Partij van de Vrijheid (PvdV). De VDB was, vanuit de gedachte om tot een doorbraak in de verzuilde politieke verhoudingen te komen, met de SDAP en de Christelijk-Democratische Unie gefuseerd tot de PvdA. Een deel van de vrijzinnig-democraten vonden de PvdA echter te veel op de SDAP lijken en onder leiding van Pieter Oud stapte deze groep uit de PvdA. Deze groep Comité-Oud vormde in 1948 samen met de PvdV de VVD. Oud werd de eerste leider van de nieuwe partij.¹³

In 1948 waren de eerste Tweede Kamerverkiezingen waar de VVD aan meedeed. In de verkiezingscampagne werd Oud prominent op de verkiezingsaffiches geplaatst. Daarnaast gebruikte de VVD verschillende affiches met specifieke doelgroepen en onderwerpen. Er waren affiches gericht op boeren, op de middenstand en op de vrouw. Als onderwerp stond Nederlands-Indië centraal, dat was ook de reden dat er verkiezingen waren. De verkiezingen van 1948 kwamen er om de grondwetsherziening over soevereiniteitsoverdracht aan Indonesië aan te kunnen nemen. Door de VVD werd het een ramp genoemd als Indië verloren zou gaan, want Indië leverde Nederland veel geld op en zonder dat geld zouden Nederlanders in volstrekte armoede belanden. De twee partijen die de regering vormden, de PvdA en de KVP, zouden in Indonesië met communisten samenwerken, alleen de VVD zou echt tegen het communisme zijn. Daarnaast werd er kritiek geleverd op het financieel beleid van het kabinet en dat er te weinig woningen waren gebouwd.¹⁴

Ondanks dat er geen gebruik was gemaakt van opinieonderzoek waren de verkiezingen van 1948 voor de VVD succesvol. De partij haalde 8 zetels, dit waren er twee meer dan de PvdV twee jaar eerder had gehaald. Bij de verkiezingen werd er door de partij geen gebruik gemaakt van opinieonderzoek. Het gebrek aan tijd daarvoor zou daar mede oorzaak van kunnen zijn geweest. Tussen de oprichting van de partij in januari en de verkiezingen in juli zat namelijk minder dan een half jaar. Na de verkiezingen was de kritiek van de VVD op het Indië-beleid geen reden om niet plaats te nemen in een kabinet dat voor de grondwetswijziging was. Het kabinet-Drees-Van Schaik kwam tot stand dat bestond uit de KVP, de PVDA, de CHU en de VVD.¹⁵

¹³ J. Bosmans, A. van Kessel, *Parlementaire geschiedenis van Nederland* (Amsterdam 2011) 57, 58, 77; G. Voerman, *De VVD visueel: Liberale affiches in de Twintigste eeuw* (Amsterdam 2008) 41, 43, 51.

¹⁴ Nationaal Archief (hierna: NA), *Volkspartij voor Vrijheid en Democratie* (hierna: VVD), nummer toegang 2.19.022, inventarisnummer 7, 29 (Den Haag); Voerman, *De VVD visueel*, 54.

¹⁵ Bosmans, *Parlementaire geschiedenis*, 79, 81; Voerman, *De VVD visueel*, 52.

Drie jaar later waren er bij de VVD plannen voor het houden van een opinieonderzoek. In 1951 wilde de partij een enquête houden om te onderzoeken wat de Nederlandse burger belangrijk vond en welke kritieken veel voorkomend waren. Om dit onderzoek te doen had bureau Palm contact opgenomen met de afdeling Markt- en Opinieonderzoek van de Nederlandse Stichting voor Statistiek. Bureau Palm was een reclame, verkoop en marktonderzoek bureau dat de VVD adviseerde met de campagne. Hieruit was het plan gekomen om in januari 1952 een steekproef van 1200 interviews te houden en in april een tweede steekproef van 800. Dit laatste om te onderzoeken of er nieuwe ontwikkelingen waren die het noodzakelijk maakten om de campagne aan te passen. De steekproef werd gehouden in gebieden waar de VVD het goed deed, voornamelijk in de grote steden. In juni 1952 waren de Tweede Kamerverkiezingen. Het opinieonderzoek was bedoeld om er in de verkiezingscampagne voordeel mee te doen. Het lijkt er echter op dat het niet verder is gekomen dan plannen, aangezien er bij de VVD geen resultaten van het onderzoek zijn.¹⁶

Een opinieonderzoek had bruikbaar kunnen zijn voor de verkiezingscampagne van 1952. Aan de vele verschillende affiches van de VVD te zien was er in die campagne geen centraal thema. Een aantal affiches ging over dat er meer vrijheid moest zijn, er waren volgens de partij te hoge belastingen en te veel regels. Ook was er te weinig geestelijke vrijheid. Verder affiches over het belang van een sterke gulden. De VVD presenteerde het idee van de Derde Macht om samen met de CHU en de ARP een tegenwicht te vormen ten opzichte van de KVP en de PvdA. De KVP en de PvdA hadden volgens de VVD te veel macht en wilden te veel overheidsingrijpen, hiertegen moesten de andere partijen een derde macht vormen. Daarnaast waren er affiches over gelijke rechten voor vrouwen en over het woningtekort.¹⁷

De VVD kreeg er met de verkiezingen een zetel bij. De partij wilde niet opnieuw in een kabinet dat overheerst werd door de KVP en de PvdA. Er kwam een kabinet bestaande uit de PvdA, de KVP, de ARP en de CHU.¹⁸

Waar, in tegenstelling met het onderzoek van 1952, wel met zekerheid van valt vast te stellen dat het onderzoek is uitgevoerd is een onderzoek van de VVD voor de verkiezingen erna. In de aanloop naar de verkiezingen van 1956 werd door de partij een kiezersonderzoek uitgevoerd. Door middel van een prijsvraag in kranten waarbij mensen een tv konden winnen werd er aan mensen gevraagd hoeveel stemmen ze dachten dat de VVD ging halen en wat ze belangrijke standpunten vonden. Voor de prijsvraag waren er in totaal 16539 inzendingen, waar steekproeven uit genomen werden. Op basis daarvan werd verwacht dat de VVD tussen de 550 en 580 duizend stemmen zou behalen. Bij de

¹⁶ NA, VVD, 2.19.022, inv.nr. 121.

¹⁷ Bosmans, *Parlementaire geschiedenis*, 90; NA, VVD, 2.19.022., inv.nr. 126; Voerman, *De VVD visueel*, 72, 73.

¹⁸ Bosmans, *Parlementaire geschiedenis*, 92.

prijsvraag stonden ook 16 punten uit het verkiezingsprogramma van de VVD , waarbij gevraagd werd welke vijf punten mensen het belangrijkste vonden. Hiermee kon de VVD bepalen welke punten het beste naar voren konden worden gebracht in de verkiezingscampagne. Het populairste standpunt was meer woningen door meer vrijheid en meer ruimte voor particulier initiatief, gevolgd door geestelijke vrijheid en vereenvoudiging van het belastingstelsel met verkleining van het verschil in belastingdruk tussen gehuwden en ongehuwden. Ook vrijere loonvorming met grotere waardering voor extra prestaties en een krachtig streven naar de eenheid van Europa werden veelvuldig gekozen.¹⁹

In datzelfde jaar werd er een opinieonderzoek door NIPO gedaan. In het onderzoek werd gevraagd voor welke partij mensen waren en waarom. Ook werd er gekeken naar welke mensen op welke partij stemden. Het onderzoek liet zien dat de VVD het slecht deed bij vrouwen. Dit was te verklaren doordat vrouwen meer confessioneel georiënteerd waren dan mannen. Linkse niet-confessionele partijen, zoals de PvdA, deden het namelijk ook slecht bij vrouwen. Verder viel er uit te concluderen dat de VVD het moest hebben van de werkende bevolking. Onder jongeren en onder ouderen kreeg de partij weinig stemmen.²⁰

In de campagne van 1956 kwamen er vele verschillende affiches aan bod. De verkiezingslogan die er steeds op stond was 'recht voor allen'. Het zogeheten ladderaffiche met de boodschap dat iedereen kans moet hebben om hogerop te komen op de maatschappelijke ladder. Daarbij moesten talent en ambitie meer waard zijn dan een genivelleerd loon. Verder waren er over diverse onderwerpen affiches. Ten eerste bezit voor allen met kritiek op socialisten die al het bezit zouden willen afpakken. Ten tweede meer vrijheid, meer woningen tegen de woningnood. Ten derde volksonderwijs over gratis onderwijs en studiebeurzen. Ten vierde over dat de geestelijke vrijheid bedreigd werd. Daarnaast affiches voor doelgroepen, waarin de VVD liet zien wat het voor respectievelijk de middengroepen, de boeren, werknemers en huisvrouwen deed. Bij het affiche over vrouwen ging het ook over gelijke rechten voor mannen en vrouwen, ongehuwden en alleenstaanden.²¹

Het opinieonderzoek was direct in de campagne terug te zien door een affiche met de uitslagen van het opinieonderzoek. Daarop stonden de vijf punten die volgens het onderzoek het belangrijkste werden gevonden. Hiermee liet de VVD zien dat de partij luisterde naar de uitkomsten van het onderzoek en dat de kiezer het met de partij eens is. Daarnaast werden enkele van de vijf belangrijkste standpunten ook los van elkaar verwerkt in verschillende affiches. Hierbij ging het over meer woningen door meer vrijheid, geestelijke vrijheid, gelijke belastingdruk gehuwden en

¹⁹ NA, VVD, 2.19.022, inv.nr. 31, 126.

²⁰ Ibidem, inv.nr. 5, 6.

²¹ DNPP, VVD-archief, inv.nr. 8, 126, 127, 1123; Voerman, *De VVD visueel*, 72, 74.

ongehuwden en grotere waardering voor prestaties.²²

De VVD bleef na de verkiezing op negen zetels staan, met de uitbreiding van de Tweede Kamer van 100 naar 150 leden werden dit er 13. De regeringspartijen bleven hetzelfde als in de voorgaande kabinetsperiode.

De eerste jaren van de VVD als partij waren ook de eerste jaren waarin het gebruik maakte van opinieonderzoek. In 1952 waren er plannen voor het houden van een onderzoek en in 1956 werd er door de partij zelf een onderzoek uitgevoerd. Met een advertentie in kranten en als prijs een tv werden mensen gevraagd aan het onderzoek mee te doen. Op deze manier kon de partij relatief goedkoop onderzoek doen. Daarnaast was er met het NIPO een opiniebureau dat onderzoek deed, maar dat gebeurde niet in opdracht van de VVD. De VVD begon zonder veel interne discussie met opinieonderzoek. De partij zag er de meerwaarde van in om kiezersonderzoek te laten doen om op die manier meer stemmen binnen te halen. Dit terwijl er in die tijd de politieke situatie weinig noodzaak gaf tot het doen van opiniepeilingen. Het aantal stemmen dat een partij haalde stond namelijk grotendeels vast. Zo kwam het groot op de voorpagina's van de kranten dat de VVD in 1948 twee zetels meer had gehaald dan de PvdV in 1946, hiermee was de VVD de partij geweest die het meest had gewonnen.²³ Dat de VVD desondanks wel al aan opinieonderzoek deed liet zien dat de partij veel vertrouwen had in opinieonderzoek en bereid was veel moeite te doen voor waarschijnlijk weinig extra stemmen.

²² DNPP, *VVD-archieef*, inv.nr. 31, 126.

²³ *Ibidem*, inv.nr. 98.

Professionalisering opinieonderzoek: 1958-1967

In aanloop naar de verkiezingen van 1959 werd er in opdracht van de VVD een opinieonderzoek door NIPO gedaan. Er werden voor het onderzoek 1098 interviews verricht. Er werd gevraagd wat mensen bij de vorige verkiezingen gestemd hebben en wat ze zouden gaan stemmen. Drie procent van de ondervraagden gaf aan van partij te willen veranderen. De VVD zou het volgens de peiling wat beter doen dan bij de vorige verkiezing. Dit zou vooral komen door ARP-stemmers die naar de VVD overliepen. De uitslag van de VVD was door twee factoren onzeker. Ten eerste was er van de zwevende kiezers een aanzienlijk gedeelte dat aangaf wellicht op de VVD te gaan stemmen. Ten tweede had de VVD veel te lijden onder mensen die niet gingen stemmen. Er werden vragen gesteld over wat men van mogelijke regeringen vond. De voorgaande jaren was er een kabinet geweest van de PvdA en de drie confessionele partijen. Een minderheid van de ondervraagden was voor de vraag of Nederland socialistisch geregeerd moest worden, maar er was wel een meerderheid voor een regering van de PvdA en de confessionele partijen.²⁴

Daarnaast werd er in het onderzoek gekeken naar welke onderwerpen de mensen belangrijk vonden. Net als bij het onderzoek dat in 1956 door de VVD was gedaan gebeurde dit door te vragen welke vijf punten men belangrijk vond. Als antwoord op deze vraag werden versnelde woningbouw door meer mogelijkheid van particulier initiatief, afronding sociale voorzieningen (weduwen- en wezenvoorzieningen, kinderbijslag voor zelfstandigen en invaliditeitsvoorziening) en handhaving van de waarde van de gulden vaak gekozen. Deze onderwerpen waren bij vrouwen en mannen populair. Specifiek bij vrouwen kwam belastingverlaging voor ongehuwden er hoog uit, bij mannen was dat bevordering van ontwikkeling van de industrialisatie over het gehele land. Vrouwen bleken in het onderzoek religieuzer en minder vatbaar voor economische argumenten. De VVD deed het onder vrouwen dan ook een stuk slechter dan onder mannen. Dit terwijl er bij de partij de veronderstelling was dat de VVD het onder vrouwelijke kiezers goed deed. Over de VVD werd gevraagd wat mensen aan de partij aantrekkelijk vonden en wat juist niet. Bij de vraag wat er aantrekkelijk aan de VVD was, werd veel genoemd dat de partij goed was voor vrijheid, voor de vrijheid van meningsuiting en dat ze voor weinig overheidsbemoedienis zijn. Wat er niet aantrekkelijk aan gevonden werd was dat de partij kapitalistisch, niet voor arbeiders en niet christelijk was.²⁵

Bij de verkiezingen van 1959 ging de VVD in de aanval op de PvdA. In een affiche stelde de partij dat er ernstige redenen waren om tegen het socialisme te zijn. Ten eerste had het socialistisch beleid gezorgd voor de problemen met de woningbouw- en huurpolitiek. Ten tweede had de

²⁴ Ibidem, inv.nr. 8, 131.

²⁵ Ibidem, inv.nr. 8, 131.

socialistische politiek het de arbeider onmogelijke gemaakt bezit te vormen en de belangen van de middenstander, de ambtenaar en de kantoorbediende verwaarloosd. Ten derde was het leger in slechte handen bij de socialisten geweest met de helmenaffaire. Staatssecretaris van Oorlog Ferdinand Kranenburg van de PvdA had in 1958 moeten aftreden na kritiek op het materieelbeleid met de aanschaf van slechte helmen. Hiermee was de campagne van de VVD vooral tegen de PvdA gericht en minder op specifieke onderwerpen. Wel werd daarbij de woningmarkt expliciet genoemd.²⁶

Zoals de opinieonderzoeken hadden laten zien was dit, net als bij de voorgaande verkiezingen, een belangrijk onderwerp. Daarnaast hadden onderzoeken laten zien dat men geen socialistische regering wilde. De mede hierop geïnspireerde anti-PvdA-campagne was succesvol. De partij steeg van 13 naar 19 zetels, wat voor die tijd, waarin de kiezers trouw waren aan een partij, een ongekennde grote winst was. Het leverde de VVD een positie in de regering op. Het kabinet-De Quay bestond uit de KVP, de VVD, de ARP en de CHU. Hiermee kwam er een einde aan de Rooms-Rode samenwerking die er sinds de Tweede Wereldoorlog was geweest.²⁷

Voor het maken van een tv-programma voor jongeren liet de VVD in 1962 een opinieonderzoek uitvoeren door BUCOMA: bureau voor consumentenonderzoek en marktanalyse. Dit om een beeld te krijgen van hoeveel jongeren van politiek afwisten en hoe interessant ze het vonden, om op basis daarvan te besluiten hoe het programma eruit zou zien. Het was een uitgebreid kwalitatief onderzoek met vraaggesprekken met 23 jongeren. Er werd gevraagd wat de jongeren wilden stemmen en waarom. De meeste van de jongeren wisten wel wat ze wilden stemmen, de rest gaf aan er geen belangstelling voor te hebben. Van de personen die wisten wat ze wilden stemmen en het wilden vertellen stemden er vier op de KVP, drie op de PvdA, een op de VVD, een op de CHU en een op de PSP. Als antwoord op de vraag waarop de keuze gebaseerd was kwam vaak het geloof en de opvoeding naar voren, daarnaast werd er op basis van uitsluiting van andere partijen en opportunisme besloten. De jongeren waren geen lid van een politieke partij. Wel hadden ze erover nagedacht, maar ze vonden zich als jongeren er niet bij passen. Dit liet zien wat voor beeld er onder jongeren over politieke partijen bestond.²⁸

Uit vragen over wat ze van verschillende onderwerpen vonden kwam naar voren dat de jongeren wel het nieuws volgden, maar vooral aandacht hadden voor de buitenlandse politiek. Wat er met Nieuw-Guinea moest gebeuren was het onderwerp waar de meeste interesse in was, daar hadden de jongeren een duidelijke mening over. Op het gebied van binnenlandse politiek ging de meeste aandacht uit naar de loonpolitiek. De meesten waren op dat vlak van mening dat er een

²⁶ Bosmans, *Parlementaire geschiedenis*, 100; NA, VVD, 2.19.022, inv.nr. 128; Voerman, *De VVD visueel*, 76.

²⁷ Bosmans, *Parlementaire geschiedenis*, 104; Voerman, *De VVD visueel*, 80.

²⁸ NA, VVD, 2.19.022, inv.nr. 4, 794.

veilige basis moest zijn en dat daarboven werk moest lonen. In andere thema's was er weinig interesse. De conclusie van het onderzoek was dat er onder jongeren weinig kennis over politiek was, maar dat ze wel meer kennis wilden hebben. Advies voor het tv-programma was dan ook om feitelijke informatie te geven, om op die manier de kennis te vergroten. Daarbij kon de partij dan laten zien welke denkbeelden er onder jongeren speelden. Het was mogelijk om dit in verband te brengen met het liberale gedachtegoed van de VVD, bijvoorbeeld bij hoe jongeren dachten over de loonpolitiek.²⁹

De VVD ging de campagne van 1963 in met Edzo Toxopeus als lijsttrekker en opvolger van Oud. Na vanaf de oprichting van de partij Oud als leider te hebben gehad, was dit een grote verandering. Aangezien Toxopeus nog bekendheid moest verwerven, stond hij veel op de affiches. Hierbij werd hij met de andere kandidaten van het lijst als Team Toxopeus gepresenteerd. Waarbij gezegd werd dat deze kandidaten jonger waren dan de toen zittende Kamerleden en dat er een aantal vrouwelijke kandidaten waren. Het belangrijkste verkiezingspunt van de VVD was dat er commerciële tv moest komen. De VVD noemde de verzuilde omroepverenigingen een staat in de staat. De partij vond dat er een open radio- en tv-bestel moest komen. Daarnaast waren er affiches over een heel scala aan onderwerpen: voor meer vrijheid, waardevaste pensioenen, aanstelling van een ombudsman, een vrije woningmarkt, vrijere loonsvorming en beloning naar prestatie.³⁰

Van het opinieonderzoek onder jongeren is in de campagne weinig terug te zien. Het onderwerp wat door jongeren het belangrijkste werd gevonden was de loonpolitiek en dat onderwerp was wel een onderwerp in de campagne van de VVD. Het stond echter niet centraal in de campagne, maar was een van de vele onderwerpen. De jongeren hadden ook veel interesse in Nieuw-Guinea gehad, maar Nieuw-Guinea was ondertussen aan Indonesië afgestaan en daarmee geen thema meer voor de verkiezingen. Er werd door de VVD geprobeerd stemmen te verkrijgen onder jongeren door Toxopeus en de kandidatenlijst als jong te presenteren.

De verkiezingsuitslag liet zien dat de kiezers minder volgzaam begonnen te worden, het aantal zetels dat partijen behaalden stond minder vast. Met de Boerenpartij kwam er een nieuwe partij in de Kamer met drie zetels. De partij was in 1958 opgericht en positioneerde zich aan de rechterkant van het politieke spectrum. De VVD verloor stemmen aan de Boerenpartij en kreeg drie zetels minder. Het nieuwe kabinet-Marijnen bestond uit dezelfde partijen als het vorige kabinet. Nadat dit kabinet in 1965 viel werd er zonder nieuwe verkiezingen het kabinet-Cals gevormd. De partijen hierin waren de KVP, de PvdA en de ARP.³¹

Uit 1966 kwam een concept-enquête van de VVD, waarbij gevraagd werd of mensen

²⁹ Ibidem, inv.nr. 4, 794.

³⁰ DNPP, *VVD-archieef*, inv.nr. 6, 137, 794; Voerman, *De VVD visueel*, 84, 86, 87.

³¹ Bosmans, *Parlementaire geschiedenis*, 109, 110, 112, 113.

ontevreden waren en waarover. Vervolgens werd er gevraagd of de ontevredenheid een reden was om op Boer Koekoek te stemmen of dat ze ondanks de ontevredenheid wel bij de VVD waren gebleven. Ook werd er gevraagd op welke partij men gestemd zou hebben als de Boerenpartij niet bestond. Er werd gevraagd met welke partij de burger het absoluut niet mee eens was. Daarnaast kwamen enkele andere vragen over welke onderwerpen men belangrijk vond en waaraan meer aandacht besteed moest worden. Dit waren verschillende onderwerpen en niet specifiek onderwerpen die bij de VVD pasten. Deze enquête laat zien dat de VVD de Boerenpartij als belangrijke concurrent zag door specifiek naar die partij te vragen.³²

Daarnaast werden er in dat jaar verschillende enquêtes gehouden die niet in opdracht van de VVD werden gedaan. Er was een enquête van de Geïllustreerde Pers over geloof. Hierbij werden vragen gesteld over hoe gelovig mensen zijn en hoe vaak ze naar de kerk gaan. Dit om te onderzoeken hoeveel mensen in Nederland in God geloofden en op welke manier. Hierbij kwam ook aan de orde op welke manier het geloof van invloed was op het moraal van mensen. Daarnaast wat men van hun kerk vond en wat men ervan verwachtte. Verder was er een uitgebreid onderzoek van Attwood Statistics waarin gevraagd werd of men liever in Nederland wilde wonen of elders en waarom. Daarnaast werden er diverse vragen gesteld. Niet alleen over op welke partij men stemde, maar ook wat de mening was over de Provobeweging en of er tv gekeken werd.³³

In de aanloop naar de verkiezingen van 1967 stond op affiches van de VVD kritiek op andere partijen en de economie centraal. De confessionelen hadden met de kabinetten Marijnen en Cals laten zien dat ze net zo makkelijk met de PvdA regeerden als met de VVD. De VVD liet zien dat zij wel een keuze maakte door een samenwerking met de socialisten af te wijzen. Hiermee zouden mensen die geen regering met de PvdA wilden, beter op de VVD kunnen stemmen dan op de confessionele partijen. De VVD uitte daarnaast commentaar op partijen die grote veranderingen wilden. Dit kan gezien worden als kritiek op de nieuwe partij D'66 die grote staatsrechtelijke hervormingen wilde. De VVD stelde dat er een reële aanpak nodig was voor de grote problemen met de economie en het gat in de begrotingsbalans en dat er met dagdromerijen niets opgelost werd. Hiermee stond voor de VVD het financieel beleid centraal. De partij wilde het kapmes in de staatsuitgaven zetten om op die manier inflatie tegen te gaan en voor een gezond financieel beleid te zorgen.³⁴

Van de verschillende onderzoeken uit 1966 waren er geen resultaten beschikbaar, waardoor deze niet in de campagne gebruikt konden worden. Waar er bij eerdere verkiezingen weinig verschuivingen waren in het aantal zetels, was er in 1967 sprake van een aardverschuiving. De PvdA en de KVP verloren respectievelijk 6 en 8 zetels. D'66 kwam de kamer binnen met 7 zetels. De VVD

³² NA, VVD, 2.19.022, inv.nr. 936.

³³ Ibidem, inv.nr. 5, 6, 936.

³⁴ Bosmans, *Parlementaire geschiedenis*, 118; NA, VVD, 2.19.022, inv.nr. 936.

was in deze tijd het meest stabiel met een winst van een zetel. Er kwam het kabinet-De Jong bestaande uit de KVP, de VVD, de ARP en de CHU.³⁵

In de besproken periode vond er bij de VVD een professionalisering op het gebied van opinieonderzoek plaats. Waar in de eerdere periode de onderzoeken veelal door de partij zelf werden gedaan, werden die later meer door opiniebureaus in opdracht van de partij gedaan. Opinieonderzoek laten doen door een opiniebureau was duurder, maar had als voordeel dat het kwalitatief beter was. Hierbij was vooral de representativiteit van het onderzoek van groot belang. Daarnaast werd er bij de VVD gebruik gemaakt van onderzoeken die niet door de partij of in opdracht van de partij waren gedaan. Vooral omstreeks 1966 gebeurde dat veel, wat te verklaren was door de politieke situatie van dat moment. Lange tijd was het electoraat volgzzaam geweest naar partijen en veranderde amper van partij. In de jaren 60 kwamen hier grote veranderingen in. Kiezers bleven niet langer automatisch bij een bepaalde partij en er kwamen met de Boerenpartij en D'66 nieuwe partijen in het parlement. Partijen moesten meer moeite gaan doen om kiezers voor zich te winnen, waarmee er een grotere behoefte ontstond bij de partijen om kiezersonderzoek te doen.

³⁵ Bosmans, *Parlementaire geschiedenis*, 117, 118, 119.

Structureel opinieonderzoek: 1968-1977

In 1970 werd er op initiatief van en door de interuniversitaire Stichting Werkgroep Studenten Onderzoek een landelijke politieke enquête onder studenten gehouden. Het onderzoek liet zien dat de VVD en D'66 onder studenten de populairste partijen waren. Daarachter kwamen de PSP, de PPR en de PvdA. De PSP en de PPR waren kleine progressieve partijen. De confessionele partijen konden op weinig steun rekenen. Opvallend hierbij was dat op confessionele universiteiten veel studenten links georiënteerd waren, terwijl op openbare universiteiten men rechtser was. Studenten hadden vooral interesse in internationale onderwerpen, zoals de Europese Eenwording, de verhouding met het Oostblok, ontwikkelingshulp en de rassenproblematiek. Op het gebied van binnenlands beleid werden het milieu, de verdeling van welvaart, onderwijsvernieuwing en werkgelegenheid belangrijk gevonden.³⁶

Voor de verkiezingscampagne van 1971 liet de VVD door Attwood Statistics een onderzoek doen naar de houding van mensen ten opzichte van politieke partijen en de VVD in het bijzonder. Ten eerste werd er gevraagd wat men vond van de politieke situatie in Nederland. Er was onder alle kiezers een grote mate van tevredenheid over het leven. Deze mensen waren over het algemeen ook tevreden over het kabinet-De Jong. Het kabinet werd hiermee goed gewaardeerd. De VVD-kiezers waren tegen mensen die protesteren en waren voor hard ingrijpen daartegen. Ze waren niet voor ingrijpende veranderingen en wilden niet meer macht naar jongeren, andere kiezers wilden dit wel meer. De VVD-aanhang zag inkomensverschillen niet als een probleem, terwijl andere kiezers dat wel zo zagen. Er was over het algemeen weinig belangstelling in de politiek, onder de VVD-aanhang was deze belangstelling het hoogst. Politiek zou bovendien te onduidelijk zijn, men vroeg om zakelijke informatie en wilde geen Amerikaanse taferelen.³⁷

Eisen die de respondenten van het onderzoek aan politieke partijen stelden, waren het nakomen van beloften, een partij voor iedereen zijn en recht en orde handhaven. Bij de VVD-kiezer was een partij voor iedereen moeten zijn minder belangrijk en werd naar buiten toe een lijn trekken van groot belang gevonden. Bij het onderzoek werd gevraagd wat kiezers van andere partijen vonden. VVD-stemmers waren het meest positief over D'66. Dit was niet geheel wederzijds, de stemmers die de VVD het meest waardeerden waren die van de KVP. Mensen zagen de VVD als een partij van intellectuelen. De VVD had het beste imago onder kiezers in de leeftijd tussen de 30 en 50 die de partij als eerlijk typeerden. Jongere en oudere mensen hadden een minder positief beeld van

³⁶ NA, VVD, 2.19.022, inv.nr. 936.

³⁷ Documentatiecentrum Nederlandse Politieke Partijen (hierna: DNPP), *Archief van de Volkspartij voor Vrijheid en Democratie (hierna: VVD-Archief)*, (1955) 1968-1993, inventarisnummer 1467, 1514 (Groningen).

de VVD en noemden de partij bekrompen. VVD-kiezers waren minder negatief over de politiek, dan de aanhang van andere partijen. Zo waren zij het niet eens met de stellingen dat het niet uitmaakte op welke partij er gestemd werd en dat geen enkele partij beloften waarmaakte. De VVD had relatief weinig trouwe kiezers, wat ervoor zorgde dat de partij zijn kiezers steeds opnieuw moest overtuigen.³⁸

De VVD ging de verkiezingscampagne van 1971 in met Molly Geertsema als lijsttrekker, die sinds 1969 de leider van de partij was. Op het campagnemateriaal was Geertsema echter weinig prominent te vinden. Er was een hele reeks van affiches met personen erop die vertelden waarom ze VVD stemden en daar was Geertsema er een van. De VVD presenteerde zich daarmee als een partij voor allemaal, want er werden personen uit verschillende bevolkingsgroepen aan het woord gelaten. In advertenties stond een sterke gulden centraal, de VVD zag inflatie als het grootste probleem. Dit kon volgens de partij niet bestreden worden zonder een sterke regering. Hoge belastingen zouden voor inflatie zorgen en daardoor was er een regering zonder de PvdA nodig en met een stem op de VVD kon men daarvoor zorgen. De VVD vond vrijheden, met als onderdeel daarvan verdraagzaamheid, en een goed financieel beleid belangrijk. Verder was er een aparte folder gericht op vrouwen. De VVD presenteerde zich als een partij met een vaste lijn, zonder geruzie en met een duidelijk gezicht. De partij was tegen revolutie en vernieling, maar vóór vernieuwing door redelijkheid.³⁹

Bij deze manier van presenteren door de partij is een verband te zien met het kiezersonderzoek. Het onderzoek had laten zien dat VVD-kiezers tegen protesten en grote veranderingen waren. Kiezers wilden dat partijen beloften nakwamen, een partij voor iedereen waren en naar buiten toe één lijn trekken. In de campagne presenteerde de VVD zich als een partij die aan die eisen voldeed. Daarnaast werd er in de campagne weinig de beeltenis van de lijsttrekker getoond, maar meer informatie gegeven. Hiermee paste dat bij de onderzoeksresultaten waarin men vroeg om zakelijke informatie en geen Amerikaanse taferelen.

Met de verkiezingen verloor de VVD een zetel. De regeringspartijen hadden geen meerderheid meer, waardoor DS'70 aan het kabinet werd toegevoegd. De Democratisch-Socialisten '70 was in 1970 opgericht door leden van de PvdA die vonden dat de PvdA te links was geworden. Bij de verkiezingen behaalde de partij meteen 8 zetels.⁴⁰ Na een jaar viel het kabinet, waardoor er nieuwe verkiezingen kwamen. Bij het archief van de VVD is geen informatie te vinden over opinieonderzoek en de verkiezingscampagne van 1972. Hans Wiegel was de nieuwe leider van de VVD en dat leverde de partij succes op. Met zes zetels winst behaalde de partij 22 zetels. De partij

³⁸ DNPP, *VVD-archief*, inv. nr. 1467, 1514.

³⁹ DNPP, *VVD-archief*, inv. nr. 1467; Voerman, *De VVD visueel*, 92.

⁴⁰ Bosmans, *Parlementaire geschiedenis*, 124, 125; Voerman, *De VVD visueel*, 93, 94.

kwam echter niet in de regering. Het kabinet-Den Uyl bestond uit de PvdA, de KVP, de ARP, de PPR en D'66. De PPR was een progressieve afsplitsing van de KVP die in 1972 7 zetels had gekregen.⁴¹

In de eerste drie weken na de verkiezingen van 1972 werd er een Nationaal Verkiezingsonderzoek gehouden. Hierbij werd er aan de kiezers gevraagd op welke partij ze gestemd hadden in 1972 en 1971 en daarbij naar gegevens van die personen om op die manier uitspraken te kunnen doen over welke mensen op welke partij stemden. De VVD was in 1972 ten opzichte van 1971 sterk gegroeid. Nieuwe VVD-stemmers die bij de vorige verkiezingen niet op de VVD hadden gestemd, kwamen van vele verschillende partijen. Van de KVP, de ARP, de CHU, DS'70, de PvdA en D'66. Daarnaast stemden er veel nieuwe kiezers, die voor het eerst mochten stemmen, op de VVD. Ook onder andere jongeren deed de VVD het goed. Dat de partij met Wiegel een jonge lijsttrekker had, werkte om meer stemmen onder jongeren te krijgen. De VVD-aanhang was in 1972 gelijkmatig over de verschillende leeftijdsgroepen verdeeld, terwijl er een jaar eerder nog een ondervertegenwoordiging onder jongeren was. De VVD was ondervertegenwoordigd bij lage inkomens en oververtegenwoordigd bij hoge inkomens. De partij had ongeveer evenveel mannelijke als vrouwelijke kiezers. De VVD-kiezer was gelijkmatig verdeeld onder de verschillende kerkelijke gezindten.⁴²

In het onderzoek werd ook gevraagd naar wat men de belangrijkste politieke problemen vond. Onder de VVD-kiezer werden inflatie, milieuvervuiling en belastingdruk het meest genoemd. Gekeken naar alle kiezers waren de grootste problemen milieuvervuiling, inflatie en werkloosheid. De inkomensverdeling werd door de kiezer niet als een probleem gezien. Dit terwijl er toen het meest linkse kabinet ooit was die de inkomens wilde nivelleren. Bij een vraag of men vond dat de overheidsuitgaven omlaag moesten, kwam er onder de VVD-aanhang en onder alle kiezers met respectievelijk 55% en 52% ongeveer hetzelfde percentage uit. Dit is opmerkelijk, aangezien het een belangrijk punt van de VVD was, zou het te verwachten zijn dat die kiezers dat belangrijker vonden dan andere kiezers.⁴³

Naar aanleiding van een uitspraak van de burgemeester van Rotterdam in februari 1975, over de mogelijkheid van de CPN in een regering, werd door de NIPO een onderzoek gedaan naar wat men ervan zou vinden als communisten in de regering zouden komen. Een minderheid van 34% was voorstander van een regering met naast PvdA-ministers ook CPN-ministers. Er werd ook gevraagd wat men van een mogelijke regering van de PvdA en de VVD zou vinden. Een meerderheid van 58% was voor. Vooral de VVD-kiezers zagen die regering wel zitten, daarvan was 86 procent voor. Van de PvdA-stemmers was een minderheid voor een regering van die twee partijen. Dat er een

⁴¹ Bosmans, *Parlementaire geschiedenis*, 133, 137.

⁴² DNPP, VVD-archief, inv. nr. 906.

⁴³ Ibidem.

meerderheid was voor een kabinet tussen de PvdA en de VVD kan verrassend genoemd worden. In die jaren was er juist sprake van een grote polarisatie tussen de PvdA en de VVD, waardoor er verwacht zou kunnen worden dat een regering tussen die partijen niet op veel steun zou rekenen.⁴⁴

In mei 1975 liet de VVD voor het eerst een kiezersonderzoek doen door Bureau Lagendijk: Markt- en opinieonderzoek. Bij het onderzoek werd gevraagd in hoeverre er kans aanwezig was dat iemand bij de volgende verkiezing op een bepaalde partij zou gaan stemmen. Bij de VVD was bij 23% de kans aanwezig, bij 14% enigszins aanwezig en bij 62% niet aanwezig. Bij de PvdA was dit respectievelijk 37, 12 en 50%. Bij de CDA was dit respectievelijk 36, 21 en 40%. De CDA was de samenwerking van de drie confessionele partijen wat zou leiden tot een gezamenlijke lijst in 1977. Er werd in het onderzoek gekeken hoe deze kansen waren bij verschillende inkomens- en beroepsgroepen en godsdiensten. De VVD deed het goed bij hogere inkomens en bij bedrijfsleiders, afdelingshoofden en mensen met een vrij beroep. De aanhang van de PvdA zat bij de lage inkomens en de arbeiders. De CDA-kiezers waren meer verspreid over verschillende inkomens- en bevolkingsgroepen. De stemmers van de VVD waren op het gebied van religie gelijkmatig verspreid met bij katholieken, hervormden, gereformeerden en atheïsten ongeveer hetzelfde percentage van de stemmen. Er werd een vraag gesteld over loon naar behoefte of loon naar inkomen. Meer dan driekwart van de ondervraagden koos voor loon naar behoefte. Dit was het hoogste bij mensen met een hoog inkomen, bedrijfsleiders, afdelingshoofden en mensen met een vrij beroep, waaronder zich veel VVD-stemmers bevonden. Onder mensen die voor loon naar inspanning deed de VVD het dan ook goed. Er werd gevraagd welke partij ze liever in het kabinet wilden, de VVD of de PvdA. Hierop zei 44% liever een kabinet met de PvdA te willen en 29% een kabinet met de VVD.⁴⁵

Na het eerste onderzoek door Bureau Lagendijk in mei 1975 werd het daarna ieder half jaar gehouden. In oktober van dat jaar was het aantal mensen dat op de VVD wilden stemmen lager geworden. Het aantal mensen waarbij de kans aanwezig was dat ze gingen stemmen op de VVD was 19%, enigszins aanwezig 15% en niet aanwezig 65%. Bij de CDA en de PvdA waren de aantallen vergeleken met het eerder onderzoek echter ook gedaald. Bij de vraag naar welk kabinet men liever had waren beide opties gedaald. Er had toen 40% liever een kabinet met de PvdA en 28% liever met de VVD. Op het onderdeel van inkomensverschillen waren de respondenten verdeeld, de helft vond dat die kleiner moesten worden en de andere helft vond van niet. Hierbij waren de verschillen tussen de kiezers van de partijen duidelijk zichtbaar. Van de VVD-aanhang wilde 81% de inkomensverschillen niet verkleinen, terwijl bij de PvdA 70% het wel wilde. Er werd een vraag gesteld over wat men belangrijker vond: zo vrij mogelijk zijn of zo gelijk mogelijk zijn. Zo vrij mogelijk zijn

⁴⁴ Ibidem, inv. nr. 109.

⁴⁵ Ibidem.

vond 58% belangrijker. De aanhang van de VVD en de CDA koos in groten getale voor vrijheid en de PvdA- aanhang voor gelijkheid. Vergeleken met het onderzoek van een half jaar eerder had de VVD ook aanhang gekregen in andere beroepsgroepen dan alleen afdelingshoofden en bedrijfsleiders, de aanhang onder arbeiders was gestegen. De VVD was een partij van werkenden, de partij was ondervertegenwoordigd bij mensen zonder beroep.⁴⁶

Met als titel 'VVD: partij voor de werkers' liet de partij een deel van de uitslagen van het onderzoek in het VVD-blad *Vrijheid en Democratie* plaatsen. Hierin stond dat bijna 1 op 2 VVD-kiezers (43%) handarbeider of niet leidinggevend employé was en dat meer dan helft van de VVD-kiezers (56%) minder verdient dan dertigduizend gulden per jaar. Met deze cijfers liet de VVD zien dat de partij meer was dan alleen een partij van hoogopgeleiden en mensen met een hoog inkomen. De VVD wilde zich presenteren als volkspartij en deze cijfers konden daarbij helpen. Daarnaast ging het in het artikel over de CDA-kiezers. CDA-kiezers wilden liever een regering met de VVD dan met de PvdA. Ook stond er dat de CDA-aanhang meer lijkt op de VVD- dan op de PvdA-aanhang. Dit waren voor de VVD goede cijfers om te laten zien, want het was aan de CDA om te kiezen met wie ze gingen regeren. De CDA kon zowel met de VVD als de PvdA regeren en had daarmee een centrale rol in de vorming van een nieuw kabinet.⁴⁷

Bij het volgende onderzoek in mei 1976 waren de kansen dat mensen op de VVD gingen stemmen gestegen. Bij 23 procent was kans aanwezig, bij 18 procent enigszins aanwezig en bij 59 procent niet aanwezig. Hiermee was de VVD weer terug op het peil van mei 1975. Bij de CDA was er eenzelfde ontwikkeling en bij de PvdA zat er een dalende lijn in. Op de vraag wie men liever in het kabinet had antwoordde ditmaal 42% de PvdA en 31% VVD. CDA-kiezers wilden liever de PvdA in het kabinet dan de VVD, dit terwijl dat bij eerdere onderzoeken andersom was geweest. In de VVD waren vrouwen en met name getrouwde vrouwen oververtegenwoordigd, 55% van de VVD-aanhang was vrouw. De VVD had een jongere aanhang dan de CDA en de PvdA. Bij de partij waren mensen met vrije beroepen sterk vertegenwoordigd. Onder vakbondsleden was de partij sterk gegroeid.⁴⁸

Ook met de gegevens van deze peiling liet de VVD een artikel in *Vrijheid en Democratie* plaatsen. De titel ervan was 'VVD: groeiende aanhang onder vakbondsleden'. Hierin stond beschreven dat 1 op de 5 VVD-kiezers handarbeider/vakman was en dat bijna 1 op de 3 vakbondslid was of tot een vakbondsgezin behoorde. Daarnaast stond in het artikel dat de helft van de VVD-aanhang minder dan 30 duizend gulden per jaar verdiende en dat de helft van de VVD-kiezers jonger dan 35 jaar was. Met deze cijfers liet de VVD, net als met het vorige artikel, zien dat het meer was dan een partij van mensen die hoogopgeleid zijn en een goed inkomen hebben. De VVD wilde zich als

⁴⁶ DNPP, VVD-archief, inv. nr. 109, 122.

⁴⁷ Ibidem, inv. nr. 122.

⁴⁸ Ibidem, inv. nr. 109, 122.

een volkspartij presenteren en hiermee kon de partij laten zien dat ze onder verschillende delen van de bevolking aanhang had.⁴⁹

In de peiling van Lagendijk van augustus 1976 waren de kansen dat men op de VVD ging stemmen niet veel veranderd. Bij 23% was de kans aanwezig, bij 25% enigszins aanwezig en bij 52% niet aanwezig.⁵⁰

In de aanloop naar de verkiezingen werd er in maart 1977 een uitgebreider onderzoek gehouden. Volgens de peiling zou de VVD 17,4% van stemmen krijgen, de PvdA 31% en de CDA 33%. De VVD deed het goed onder jongeren en volwassenen tot vijftig jaar. De aanhang van de VVD was verspreid over bevolkingsgroepen met een oververtegenwoordiging van zelfstandigen en een ondervertegenwoordiging van niet-actieven. Van de VVD-kiezers was 31% lid van de vakbond, dit was een lager percentage dan bij andere partijen. De VVD was goed vertegenwoordigd bij hoge inkomens en hoger opgeleiden. De meerderheid van de VVD-aanhang had geen godsdienst. Er was in het onderzoek ook aandacht voor de latente aanhang. Hierbij was te zien dat de VVD onder meer delen van de bevolking potentiële stemmers had, want veel latente aanhang was te vinden bij ambachtslieden en mensen met lager onderwijs. De latente aanhang was belangrijk voor de verkiezingscampagne om dan die mensen te proberen te overtuigen om daarmee als partij te groeien. Een van de manieren waarop dat werd gedaan was door eenvoudig taalgebruik in campagne te gebruiken om laagopgeleiden beter aan te spreken. Uit het onderzoek bleek dat onder jongeren, vrouwen en hervormden nog veel twijfel was over wat ze wilden gaan stemmen. Deze informatie was interessant om hier in de campagne rekening mee te houden.⁵¹

Verder werd er naar de politieke herkomst van de VVD-kiezer gevraagd. Zestig procent had altijd VVD gestemd. Verder was de VVD-aanhang afkomstig van de CDA, de PvdA, D'66 en DS'70. De kiezers van de verschillende partijen waren in meer of mindere mate gevoelig voor materiële en immateriële standpunten. De aanhang van de PvdA was erg gevoelig voor materiële standpunten, terwijl de aanhang van de CDA juist gevoelig was voor immateriële standpunten. De VVD had het imago van een materiële partij, maar uit het onderzoek bleek dat de VVD-stemmers even gevoelig waren voor materiële als voor immateriële standpunten. Aan de hand van een lijst van twaalf VVD-standpunten werd onderzocht welke de VVD-kiezer het belangrijkste vond. Het meest gekozen standpunt was het krachtiger bestrijden van geldontwaarding, daarna meer aandacht misdaadbestrijding en veiligheid. Als derde en vierde werden beloning naar inzet en verantwoordelijkheid en vergroting individuele vrijheid en zelfstandigheid genoemd. Wat ook regelmatig gekozen werd was ondernemingen meer winstmogelijkheden bieden. Het eerste en

⁴⁹ Ibidem, inv. nr. 122.

⁵⁰ Ibidem, inv. nr. 109.

⁵¹ Ibidem, inv. nr. 108, 109.

tweede punt had niet alleen bij VVD-kiezers hoge prioriteit, maar ook bij mensen die twijfelden om op de VVD te stemmen en bij alle kiezers stonden die onderwerpen zo hoog. De derde en vierde meest gekozen standpunten bij deze groepen waren werk voor iedereen mogelijk maken en verbeteren samenwerking van mensen en groepen.⁵²

Deze resultaten sloten volgens de VVD goed aan bij hun slogan voor de verkiezingen van 1977, 'vrijheid, werk en samenwerking'. Veiligheid werd daarbij verbonden met vrijheid en werk met het bestrijden van geldontwaarding. De VVD was voor vrijheid met een vrije en veilige maatschappij. Ook vrijheid in de zin van individuele en geestelijke vrijheid werd belangrijk gevonden. De VVD was voor werk met de strijd tegen werkloosheid en inflatie. De campagnestrategie voor de verkiezingen was benadrukken hoe slecht het met het land ging en wat de VVD er tegen ging doen. Hiermee wilde de partij scherp zijn tegen de zwakke plekken van kabinet-Den Uyl. De regering had volgens de VVD te veel geld uitgegeven en dat zou ten koste gegaan zijn van de koopkracht en de banen. Om deze problemen op te lossen, door een nieuw kabinet-Den Uyl te voorkomen, moest de VVD groot gemaakt worden. De VVD zou er volgens hun affiches verder voor zorgen dat men naar inzet beloond werd en dat mensen een eigen huis en auto konden hebben.⁵³

Het resultaat van het kiezersonderzoek was expliciet terug te zien in een affiche waarin de VVD zich presenteerde als volkspartij, als een partij voor iedereen. Hierin werd verteld dat de helft van de VVD-aanhang minder dan 30 duizend gulden verdiende, dertig procent lid was van een vakbond en de helft jonger dan 35 jaar was. Hiermee werden de resultaten van het opinieonderzoek gebruikt als bewijs om te laten zien dat VVD een partij voor iedereen was. Daarnaast kwamen onderwerpen, die volgens het laatste Lagendijk-onderzoek belangrijk waren gevonden, terug in de campagne. Dit waren geldontwaarding, veiligheid, beloning naar inzet, individuele vrijheid en samenwerking. Ook waren er aparte folders gericht op jongeren en vrouwen, groepen die volgens onderzoeken nog twijfelden wat ze gingen stemmen.⁵⁴

De verkiezingen waren voor de VVD succesvol, de partij steeg naar 28 zetels. De VVD vormde samen met het CDA het kabinet-Van Agt I. Het was voor het eerst dat de confessionele partijen gezamenlijk als het CDA meededen met de verkiezingen.⁵⁵

In de jaren zeventig vond er veel opinieonderzoek plaats dat in opdracht van de VVD werd gedaan. Daarnaast waren er onderzoeken die door opiniebureaus gedaan werden. Vanaf 1975 was er sprake van opinieonderzoek op structurele basis. Dit was in de periode van het kabinet-Den Uyl waar de VVD oppositie tegen voerde. Elk half jaar werd er in opdracht van de VVD een onderzoek gedaan

⁵² Ibidem, inv. nr. 108.

⁵³ DNPP, *VVD-archieff*, inv. nr. 108, 123, 906; Voerman, *De VVD visueel*, 98.

⁵⁴ DNPP, *VVD-archieff*, inv. nr. 108, 906.

⁵⁵ Bosmans, *Parlementaire geschiedenis*, 147, 149.

door Bureau Legendijk. Er werd gekeken naar welke mensen op welke partijen stemden en door regelmatig onderzoek te houden kon de ontwikkeling van de VVD-aanhang in beeld gebracht worden. Naast dat de onderzoeksresultaten in de campagne werden gebruikt, werd het deel waarin stond welk soort mensen op de partij stemden, openbaar gemaakt. Dit was om het imago van de VVD te verbeteren, om te laten zien dat het een volkspartij was met aanhang onder alle delen van de bevolking.

Verbreiding opinieonderzoek: 1978-1987

In oktober 1978 werd door Lagendijk een onderzoek gehouden naar de coalitievoorkeuren van mensen. Dit onderzoek werd op eigen initiatief door het onderzoeksbureau gedaan, terwijl eerdere hier besproken onderzoeken van Lagendijk in opdracht van de VVD waren gedaan. De ondervraagden werden drie mogelijke coalities voorgelegd: PvdA-CDA, VVD-CDA en PvdA-VVD. Voor een samenwerking van de PvdA en de CDA was 44% voorstander en 27% tegenstander. De andere ondervraagden stonden er neutraal tegenover. Voor een samenwerking van de CDA en de VVD was 35% voor, 26% neutraal en 39% tegen. Onder de CDA-kiezers wilden er echter een meerderheid met de VVD regeren en een minderheid met de PvdA. Er werd ook gevraagd naar een mogelijke samenwerking tussen de PvdA en de VVD. Hier was 11% voor, 31% neutraal en 57% tegen. Deze uitslagen waren interessant voor de VVD. Aangezien een regering van de PvdA en VVD niet mogelijk zou zijn kwam de keuze bij de CDA te liggen met wie het wilde regeren en onder de kiezers van die partij was er een meerderheid voor een kabinet met de VVD.⁵⁶

Mede in aanloop naar verkiezingen voor het Europees Parlement werd er door Lagendijk in februari 1979 in opdracht van de VVD een kwantitatieve enquête gehouden. In dat jaar waren er voor het eerst verkiezingen voor het Europees Parlement. Volgens de peiling was de VVD toen de vierde partij van Nederland. De CDA, de PvdA en ook D'66 waren groter. De VVD moest het hebben van hoger opgeleiden en mensen met een hoog inkomen. Gekeken naar beroepsgroepen had de partij veel aanhang onder leidinggevend en hoger personeel en zelfstandigen. De concurrenten van de VVD waren de CDA en in mindere mate D'66. Bij de vraag wat de tweede keuze van VVD-kiezers was werd door 53% de CDA genoemd en door 30% D'66. De VVD was op zijn beurt de tweede keuze bij 33% van de CDA-kiezers en bij 16% van de D'66-kiezers.⁵⁷

Vervolgens werd er uit tien onderwerpen gevraagd wat het belangrijkste onderwerp was, waarbij er een onderwerp gekozen mocht worden. De bestrijding van de werkloosheid kreeg een meerderheid van de stemmen, waarmee dat veruit het belangrijkste werd gevonden. Bij een zelfde vraag met meerdere mogelijke antwoorden kregen ook het milieu, veiligheid, sociale zekerheid, mensenrechten en energievoorziening veel stemmen. Dit was het geval onder de VVD-kiezers en onder alle kiezers. Het VVD-programma op deze punten beviel goed bij de kiezers. Alleen bij het onderwerp van veiligheid was de NAVO niet zo populair, terwijl de VVD dat wel belangrijk vond. Bij het laten zien van het VVD-programma aan de respondenten dachten veel dat het een programma van de eigen partij was, terwijl juist weinig VVD-stemmers dit dachten. Dit liet zien dat het geen

⁵⁶ DNPP, *VVD-archief*, inv. nr. 116.

⁵⁷ *Ibidem*.

uitgesproken VVD-programma was. Het programma van de VVD was linkser dan van de VVD verwacht zou worden, om op die manier de mensen die normaal op andere partijen stemden, over te halen op de VVD te stemmen.⁵⁸

De VVD liet in maart 1979 voor het eerst onderzoek doen naar mogelijke politieke slogans. Door Analyse BV, instituut voor kwalitatief marktonderzoek werd onderzocht wat de beste slogan was voor de partij. Hierbij werd gekeken naar 'gewoon jezelf kunnen zijn' en naar 'als ruimte om te leven je lief is'. Uit het onderzoek kwam dat gewoon jezelf kunnen zijn een goede slogan voor de VVD zou zijn. De slogan riep de gedachte van vrijheid op en dat was volgens de ondervraagden een sympathieke gedachte. Ook paste deze slogan goed bij de VVD als liberale partij. De tweede slogan was minder goed. Het werd letterlijk opgevat als dat het over ruimte gaat, waarmee het mensen deed denken aan milieu, woningbouw en recreatie. Hiermee was de gedachte die mensen bij de slogan hadden te beperkt en daarmee was het geen goede slogan.⁵⁹

De VVD liet in oktober 1979 een kwalitatief onderzoek onder 16 respondenten houden naar waarom kiezers voor D'66 kozen en niet voor de VVD. D'66 was namelijk een geduchte concurrent van de VVD geworden, die het in de peilingen beter deed dan de VVD. De kennis over de politiek bleek onder de D'66-kiezers beperkt en als ze wat wisten was dat vooral over de eigen partij. Daarnaast volgden enkelen wel de ontwikkelingen bij de PvdA en niet die bij de VVD, de VVD stond volgens hen te ver weg van D'66 en werd niet interessant gevonden. Er werden vier redenen gegeven waarom men op D'66 stemde. Ten eerste omdat D'66 de PvdA corrigeert. De PvdA werd onder de D'66-stemmers als te socialistisch, te extreem gezien. D'66 kon deze scherpe randjes van de PvdA afhalen. Ten tweede had de partij een sympathieke houding. Hiervoor was D'66 leider Jan Terlouw van groot belang. Ten derde werd D'66 gezien als jong, fris en dynamisch. Met een stem op D'66 wilden de kiezers nieuwe ideeën een kans geven. Ten vierde werd genoemd dat de partij beschikte over deskundigheid. Inhoudelijke punten werden hiermee niet genoemd, dat werd minder belangrijk gevonden bij een stem op D'66.⁶⁰

Wanneer er werd gevraagd naar politieke punten, werd aangegeven dat D'66 gericht was op het individu, in tegenstelling tot de PvdA. Daarnaast werd de positie van D'66 in het politieke midden aantrekkelijk gevonden. Als onderwerp om op D'66 te stemmen werd het milieu het vaakst genoemd, daarna kwamen woningbouw, lagere belastingen en beter beleid op de arbeidsmarkt. Ook oneigenlijke gebruik van sociale voorzieningen aanpakken was reden om voor D'66 te kiezen en niet voor de PvdA. Dit zou ook een reden kunnen zijn om op de VVD te stemmen, maar die partij werd door D'66-kiezers met wantrouwen bekeken. De gedachte bij hun was dat de VVD alle sociale

⁵⁸ Ibidem.

⁵⁹ Ibidem.

⁶⁰ DNPP, *VVD-archieef*, inv. nr. 1515.

voorzieningen zou afschaffen, ook voor mensen die het wel nodig hadden. De ondervraagden zagen VVD als een onbetrouwbare partij. Bovendien zou de partij alleen oog hebben voor belangen van de mensen die het goed hadden. D'66 zou beter verschillende belangen tegen elkaar afwegen. Conclusie van het onderzoek was dat veel D'66-kiezers helemaal niet geïnteresseerd in de VVD waren, terwijl ze er programmatisch misschien wel bij zouden passen. De VVD werd door de D'66-stemmers geassocieerd met hoger betaalden en werkgevers, ook zou de partij meer voor ouderen zijn. Om D'66-kiezers te overtuigen VVD te stemmen werd het advies gegeven om het imago te veranderen door jongeren naar voren te schuiven. Daarnaast werd er geadviseerd om aandacht aan het milieu te besteden, aangezien dat programmapunt sterk aan D'66 gekoppeld werd.⁶¹

Mede als reactie op dit onderzoek wilde de VVD in 1980 het imago van de partij verbeteren. Kiezers voelden zich aangetrokken tot een partij die integer en geloofwaardig was. De VVD wilde ervoor zorgen dat de partij een grotere geloofwaardigheid kreeg. De partij wilde laten zien dat het invloed had, betrouwbaar was, een eenheid was en beloften waarmaakte. Dit waren zaken die de kiezer volgens de onderzoeken wilde. De VVD wilde zich bovendien presenteren als volkspartij die ook voor de gewone man opkwam. De partij wilde laten zien dat het ook opkwam voor immateriële zaken. Daarnaast wilde de partij zich sterker gaan profileren op gebieden van milieu en cultuur. Ten slotte wilde de VVD zich profileren als aantrekkelijke partij voor jongeren door te laten zien dat het goede jongeren had. Deze verschillende maatregelen zouden het imago van de partij moeten verbeteren, waardoor mensen eerder voor de VVD zouden kiezen. Uit het onderzoek was gebleken dat de VVD onder D'66-kiezers een slecht imago had, door een beter imago te krijgen en de nadruk te leggen op zaken die door die stemmers belangrijk gevonden werden, zoals het milieu, zou de VVD kiezers van D'66 kunnen binnenhalen.⁶²

De VVD liet in september 1980 door Analyse onderzoek doen naar wat een goede titel zou zijn voor het verkiezingsprogramma voor de verkiezingen van 1981. Hiervoor had het vier mogelijke titels aangedragen, namelijk 'sterk voor werk', 'thuis in de toekomst', '(af)wegen en vernieuwen' en 'samenwerken'. Afwegen en vernieuwen riep weinig reacties op bij de ondervraagden. Thuis in de toekomst werd te weinig specifiek gevonden. Sterk voor werk werd door het woord werk als een links begrip gezien en als te beperkt aangezien er dan aan alleen aan werk werd gedacht. Samenwerken werd als positief en depolariserend beoordeeld. Als variant werd er in het onderzoek gekomen tot 'samen aan 't werk'. Door de combinatie van samen en werk zou het een goede slogan zijn voor een brede kiezersgroep.⁶³

Legendijk hield in september 1980 een onderzoek in opdracht van de AVRO. Volgens de

⁶¹ Ibidem.

⁶² DNPP, *VVD-archieef*, inv. nr. 124.

⁶³ Ibidem, inv. nr. 116.

peiling zou de CDA 30,5% van de stemmen krijgen en de PvdA met 29,6% net iets minder. D'66 en de VVD zouden respectievelijk 17,6 en 12,6 procent van de stemmen gekregen hebben als er toen verkiezingen waren. Er was weinig vertrouwen in het kabinet-Van Agt I, hetgeen verder aan het dalen was. Er was ook weinig vertrouwen in de VVD. Voor de oppositierol van D'66 was veel waardering. Het aantal mensen dat een voortzetting van het toenmalige coalitie wilde was dalende, 28% was voor een CDA en VVD coalitie. Voor een samenwerking van de PvdA en de CDA was 33% en stijgend. Zes procent van de ondervraagden hadden een voorkeur voor een PvdA en VVD kabinet. Een coalitie bestaande uit progressieve partijen kon op de steun van 24% van de kiezers rekenen. In de periode ging het financieel slecht met Nederland en moest er bezuinigd worden. Op de vraag waarop er bezuinigd moest worden, werd het meest gekozen voor het omlaag brengen van de overheidsuitgaven en voor verlaging van ambtenarensalarissen. Als derde kwam dat het aantal uitkeringstrekkers omlaag moest, onder VVD-kiezers was dit punt het populairst.⁶⁴

In de campagne werden de slogans 'Gewoon jezelf kunnen zijn' en 'Samen aan 't werk' gebruikt. Variaties van deze slogans waren op folders en affiches te zien. Er was speciale aandacht voor jongeren en vrouwen met aparte folders voor die doelgroepen. In de jongerenfolder werd de vrijheid van jezelf kunnen zijn benadrukt. Daarnaast was er een folder over de woningmarkt, waarbij het ging over dat er meer woningen moesten komen en dan vooral voor een- en tweepersoonshuishoudens. De affiches gingen respectievelijk over veiligheid, over samen aan 't werk voor meer banen, over baas in eigen huis, over samenwerking, over de VVD als een sterke, eensgezinde partij en over het krachtig bestrijden van onjuist gebruik van sociale voorzieningen. Daarnaast werd vooral D'66 aangevallen met een artikel met de titel 'De VVD wil echt redelijk zijn (en realistisch)' met de verwijzing naar D'66 dat zich presenteerde als het redelijk alternatief. In het artikel stond dat D'66 niet met VVD wilde regeren, terwijl de VVD voor financiële zekerheid zou zorgen. Een stem op D'66 zou zorgen voor de PvdA in het kabinet. De CDA werd in de campagne niet aangevallen, daar wilde de VVD graag mee verder regeren.⁶⁵

Het kiezersonderzoek was goed terug te zien bij de slogans die bij de verkiezingen gebruikt werden. Beide slogans die gebruikt werden waren goed uit opinieonderzoek gekomen. Dat er veel aandacht voor jongeren was in de campagne, was mede om zo de concurrentie met D'66 aan te gaan. Onderzoek had laten zien dat D'66 een aantrekkelijke partij voor jongeren was.⁶⁶ Bij de onderwerpen die aan bod kwamen in de verkiezingscampagne was de invloed van opinieonderzoek minder goed te zien. Op basis van het onderzoek zou verwacht kunnen worden dat er aandacht

⁶⁴ Ibidem.

⁶⁵ DNPP, *VVD-archieff*, inv. nr. 115, 124, 902; Voerman, *De VVD visueel*, 98, 100.

⁶⁶ DNPP, *VVD-archieff*, inv. nr. 115, 902.

besteed zou worden aan het milieu, aangezien daarmee ook D'66-kiezers aangesproken konden worden, maar dat werd niet genoemd.

Bij de verkiezingen verloor de VVD twee zetels en samen met de CDA had het geen meerderheid meer. Dit hoefde niet te betekenen dat de campagne verkeerd was. Het verlies was namelijk kleiner dan wat onderzoek had laten zien. Onder leiding van Van Agt kwam er een kabinet van de CDA, de PvdA en D66. Binnen een jaar sneuvelde het kabinet en kwamen er nieuwe verkiezingen.⁶⁷

In de aanloop naar de verkiezingen van 1982 werd er door Analyse een onderzoek uitgevoerd. Hierbij werd gekeken naar de houding van de kiezer tot partijen, het beeld dat mensen hadden van de nieuwe VVD-leider Ed Nijpels en wat een goede verkiezingslogan zou zijn. Hiervoor werden 10 mannen en 10 vrouwen ondervraagd. De merendeel was weinig geïnteresseerd in politiek. Over het kabinet-Van Agt II was men opvallend negatief. Het werd gezien als een kabinet van ruzies en besluiteloosheid. Voor de VVD was dit goed te gebruiken in de verkiezingscampagne, omdat die partij als enige van de grote partijen niet in het kabinet had gezeten en daarmee daar niet schuldig aan was. CDA-kiezers stemden vanwege het christelijke op de CDA, hier zou weinig aan veranderen. D'66-kiezers waren teleurgesteld geraakt over hun partij, daar zou de VVD van kunnen profiteren. Het beeld dat de mensen hadden van de VVD was dat de partij opkomt voor het bedrijfsleven, de economie gezond maakt, goed is voor de veiligheid, opkomt voor het individu en dat het een partij van hogere inkomens was. Ook was er kritiek op de VVD, de partij zou te rechts, te elitair en te weinig sociaal zijn.⁶⁸

Van Ed Nijpels hadden de kiezers nog geen goed beeld, wel was er vertrouwen in hem. Van Nijpels als jonge man werd verwacht dat hij met frisse en nieuwe ideeën kwam. Positief was dat men Nijpels sympathiek, eigentijds en menselijk noemde. Het imago van Nijpels was nog niet echt ingevuld, advies was om, zoals van hem verwacht werd, het imago in te vullen met nieuwe ideeën. Aan de respondenten werd een advertentie laten zien met de tekst 'van elke drie guldens verdwijnen er twee naar de overheid'. Op deze advertentie kwam als kritiek dat twee op de drie overdreven is en dat men er ook wat voor terugkrijgt. Bovendien werd opgemerkt dat het iets is wat de VVD moeilijk kan veranderen, wat de geloofwaardigheid van de boodschap aantastte. Het advies was dan ook om van deze advertentie af te zien. In het onderzoek kwamen ook mogelijke verkiezingslogans aan de orde. Aanvankelijk werd 'genoeg gepraat' als slogan genoemd, hier kwam kritiek op met het argument dat praten bij de politiek hoort. In de loop van het onderzoek werd dit veranderd in 'minder praten, meer doen', deze slogan werd beter gevonden. Ook de slogan uit 1981 'samen aan 't werk' werd nog steeds als goede slogan gezien. Met 'samen' dat naar samenwerking verwijst en 'aan

⁶⁷ Bosmans, *Parlementaire geschiedenis*, 158, 159, 164.

⁶⁸ DNPP, *VVD-archief*, inv. nr. 898.

het werk' dat het een doe-karakter geeft. Ten slotte werd gevraagd wat er van de slogan 'een nieuw gezicht, een vaste koers' werd gevonden. Deze slogan werd passend gevonden bij de VVD met Nijpels.⁶⁹

Door het blad *De Tijd* werd er rond dezelfde tijd een enquête gehouden over wie de VVD kiezer is. Hieruit bleek dat het vertrek van Wiegel en de komst van Nijpels geen gevolgen op de aanhang van de partij had. De VVD-aanhang bleef bij de VVD en verwachtte geen andere koers na het vertrek van Wiegel. Karakteristieken van een VVD-kiezer waren dat hij een eigen huis had, *De Telegraaf* las, geen samenwerking met de PvdA wilde en een bovenmodaal inkomen had.⁷⁰

Nijpels was nog onbekend, daarom werd hij centraal gezet in de campagne. De VVD wilde hem presenteren als een nieuwe, frisse, moderne en eigentijdse man die ideeën heeft en de problemen van de gewone man kent. De verkiezingslogan van de VVD was 'minder praten, meer doen'. De partij kwam met een affiche expliciet gericht aan kiezers van andere partijen onder de titel 'Waarom nu VVD stemmen terwijl u een andere partij gewend bent?'. Hierin werd gezegd dat er het jaar ervoor met een CDA-PvdA-D'66 regering sprake was van vallen, lijmen, opstaan, geruzie en eindeloos gepraat. Dezelfde partijen zouden na de verkiezingen weer samen een regering hebben willen vormen, waarmee een keuze voor D'66 of de CDA een keuze voor meer geruzie en besluiteloosheid zou betekenen. Het werd afgesloten met 'kies VVD voor minder praten en meer doen'. Verder was er een uitgebreide folder over milieu en energievoorziening. Daarnaast kwamen een aantal andere onderwerpen aan de orde. Ten eerste sociale uitkeringen alleen voor wie ze nodig hebben, dit om de AOW veilig te stellen. Ten tweede werkgelegenheid vergroten door bedrijven de kans geven winst te maken. Ten derde een einde maken aan de groeiende onveiligheid.⁷¹

In de campagne was op verschillende manieren het kiezersonderzoek gebruikt. Het onderzoek had laten zien wat men van Nijpels verwachtte en aan de hand daarvan probeerde de VVD hem dat imago aan te meten. Daarnaast had het onderzoek laten zien dat er grote onvrede was over het kabinet-Van Agt, ook onder mensen die op de partijen die in de regering zaten hadden gestemd. Hier kon de VVD van profiteren, door die partijen daar op aan te vallen. Naar de verkiezingslogan was onderzoek gedaan en het paste goed bij het commentaar dat er op het kabinet was. Eerdere onderzoeken hadden laten zien dat het voor de VVD goed kon zijn om het over het milieu te hebben. Waar dit bij de vorige verkiezingen niet gebeurd was, werd het nu wel uitgebreid behandeld. De andere onderwerpen waar campagne op gevoerd werd, pasten bij het beeld wat mensen van de VVD hadden. Het beeld dat de VVD een elitaire partij was heeft de partij proberen te veranderen door meer naar de gewone man te luisteren.

⁶⁹ Ibidem, inv. nr. 897, 898.

⁷⁰ Ibidem, inv. nr. 902.

⁷¹ DNPP, *VVD-archieef*, inv. nr. 897, 898, 902, 906; Voerman, *De VVD visueel*, 104.

De campagne van de VVD was erg succesvol. De partij won tien zetels en kwam op 36 zetels uit. Hiermee hadden de CDA en de VVD samen hun meerderheid terug. De CDA wilde liever met de VVD samenwerken dan met de PvdA, waardoor de CDA en de VVD het kabinet-Lubbers I gingen vormen.⁷²

Bij de verkiezingen van 1982 werd door Intomart onderzoek gedaan naar welke mensen op welke partijen hadden gestemd en de verschillen hierin met de vorige verkiezingen. Hier voor werd er bij stembureaus gevraagd op welke partij mensen hadden gestemd en op wie ze de vorige keer gestemd hadden. Dit leverde interessante gegevens op, omdat daar uit op te maken was hoe de aanhang van partijen eruit zag en welke partijen concurrenten van elkaar waren. Met betrekking tot de VVD was te zien dat veel kiezers die de vorige keer op D'66 en de CDA hadden gestemd nu op de VVD stemden, waardoor de VVD gegroeid was. Er stemden ongeveer evenveel mannen als vrouwen op de VVD. De VVD deed het goed onder jongeren, wat wellicht te danken was aan Nijpels als jonge leider van de partij.⁷³

De VVD ging de verkiezingen van 1986 in met de slogan 'als de toekomst je lief is'. De partij wilde mede hiermee een imago verkrijgen van een daadkrachtige, vernieuwende, toekomstgerichte, liberale en verdraagzame partij. In folders werden variaties op de slogan gebruikt. Met als titel 'als 'n gezond eigen bedrijf je lief is' werd verteld dat VVD goed was voor het MKB. Onder 'als 'n eigen huis je lief is' werd beschreven dat de VVD goed was voor eigen woningbezit. Bij beide folders werd uitdrukkelijk benoemd dat tijdens het kabinet-Lubbers de rente was gedaald, wat goed was voor bedrijven en voor woningbezit. Andere onderwerpen die aan de orde kwamen in affiches waren werkgelegenheid, criminaliteit, onderwijs, milieu en ambtelijke rompslomp. Net als bij andere verkiezingen waren er folders gericht op jongeren en vrouwen.⁷⁴

Daarnaast maakte de VVD campagne om verder te gaan met de coalitie met de CDA, hierin leek het op 1981. De VVD kwam met een artikel 'CDA en VVD: samen verder'. Hierin stond dat de partij zich inzette voor verdere samenwerking met CDA. Daarvoor was het belangrijk dat de VVD groot genoeg was om de CDA aan een meerderheid te helpen. Er werd gezegd dat men aan D66 niets had, want dat was een bijwagen van de PvdA. Een opiniepeiling die door Brandpunt die was gedaan tijdens de campagne liet bovendien zien dat de CDA- en de VVD-stemmers na de verkiezingen graag samen verder wilden. Dit gebruikte de VVD om te laten zien dat een nieuw CDA-VVD kabinet aansloot bij de wensen van de kiezer. Als de VVD niet groot genoeg was, zou de CDA met de PvdA hebben moeten regeren, terwijl de CDA-kiezers dat niet wilden. De VVD kwam daarnaast met een persbericht 'PvdA moet naam veranderen'. De PvdA zou slecht zijn voor werkende mensen, want de

⁷² Bosmans, *Parlementaire geschiedenis*, 166, 167.

⁷³ DNPP, *VVD-archieef*, inv. nr. 897, 1516.

⁷⁴ *Ibidem*, inv. nr. 106, 1039.

partij was voor korter werken en daarmee voor lagere lonen. Daarnaast was in geen enkel jaar dat de PvdA in de regering had gezeten de werkloosheid duidelijk teruggelopen. Afgesloten werd met het advies om op de VVD te stemmen om een regering met de PvdA te voorkomen.⁷⁵

Dat de VVD geen opinieonderzoek had laten doen, pakte slecht uit voor de partij: de VVD verloor negen zetels. Daarnaast was het nadelig dat, net als de VVD, de CDA ditmaal een duidelijke voorkeur had laten blijken voor een coalitie met de VVD. Hierdoor kon de VVD geen stemmen behalen van mensen die een kabinet met de PvdA wilden voorkomen. De CDA won negen zetels, waarmee de regeringspartijen de meerderheid behielden en verder gingen regeren.⁷⁶

In de besproken periode vond een verbreding van opinieonderzoek plaats. Eerder werd het opinieonderzoek gebruikt om te analyseren welke onderwerpen belangrijk gevonden werden, wat mensen van een partij vonden en welke mensen op de partij stemden. De resultaten hiervan werden voor de verkiezingscampagne gebruikt. Er vond een verbreding van onderzoek plaats, doordat de campagne vooraf getest ging worden. De VVD liet onderzoeken doen naar wat een goede slogan voor de verkiezingen zou zijn. Ook werd er gevraagd wat de mening was over mogelijke affiches. Daarnaast was het nieuw dat er bij de komst van Nijpels onderzocht werd wat men van hem vond en hoe hij het beste in de campagne kon worden gepresenteerd. Tijdens het kabinet-Lubbers I werd er geen opinieonderzoek gedaan in opdracht van de VVD.

⁷⁵ Ibidem, inv. nr. 902, 1039.

⁷⁶ Bosmans, *Parlementaire geschiedenis*, 172, 173.

Conclusie: de VVD en opinieonderzoek

Aan het begin van het onderzoek werd de volgende vraagstelling geformuleerd:

Hoe heeft de VVD gebruik gemaakt van opinieonderzoek en de resultaten ervan voor de verkiezingscampagnes van de Tweede Kamerverkiezingen in de periode van 1948 tot 1987?

Op basis van het bronnenonderzoek is in vier hoofdstukken de vraag beantwoord. Dit door te kijken naar het begin van opinieonderzoek door de VVD, de ontwikkeling ervan en de manier van onderzoek. Verder is er aandacht voor waarnaar onderzoek gedaan werd en waarvoor de resultaten van het onderzoek gebruikt werden. Om te zien wat er met de resultaten van de onderzoeken gedaan werd is in het onderzoek gekeken naar de verkiezingscampagnes van de Tweede Kamerverkiezingen. Verder wordt het gebruik van opinieonderzoek door de VVD vergeleken met die van partijen in andere landen en aanbevelingen voor vervolgonderzoek gegeven.

Na de oprichting van de VVD in 1948 begon de partij redelijk snel met opinieonderzoek. In 1952 waren er plannen voor een onderzoek en vier jaar later werd er voor het eerst een onderzoek uitgevoerd. In de inleiding was te zien dat bij verschillende partijen in het buitenland het doen van opinieonderzoek voor grote discussie zorgde. Hierover is bij de VVD niets terug te vinden. Het lijkt er op dat het doen van opiniepeilingen al snel geaccepteerd werd als middel om er achter te komen waarop kiezers hun voorkeur baseren en wat ze van bepaalde onderwerpen vinden om deze gegevens vervolgens voor de verkiezingscampagne te gebruiken. Dit terwijl men in die periode nauwelijks van politieke partij veranderde en daarmee het effect van campagne en onderzoek op de verkiezingsuitslag niet zo groot was. Dat er weinig weerstand tegen het gebruik van onderzoek is wellicht te verklaren door de positie van de VVD als rechtse partij. In andere landen waren het vooral linkse partijen die moeite hadden met de introductie van opinieonderzoek.

Sinds de VVD begon met het gebruik van opinieonderzoek, is de partij er steeds meer gebruik van gaan maken. In de begintijd was er één onderzoek per kabinetsperiode, terwijl er later elk jaar wel een onderzoek gehouden werd. Hiermee werd onderzoek niet alleen gehouden in verkiezingstijd, maar ook wanneer er geen verkiezingen in aantocht waren. In de tweede helft van de jaren zeventig en het begin van de jaren tachtig werden er vele onderzoeken gehouden. Er was daarmee in die periode sprake van structureel onderzoek. De VVD zat in de oppositie tijdens het kabinet-Den Uyl en de partij maakte onderdeel uit van het kabinet-Van Agt I. Dit laat zien dat het voor de mate van kiezersonderzoek geen verschil maakte of de partij in het kabinet of in de oppositie zat. Opvallend is dat tijdens het kabinet-Lubbers I, dat op die kabinetten volgde, geen enkel onderzoek in opdracht van de partij gedaan is. Dit gaat tegen de trend in dat er steeds meer

opinieonderzoek gedaan werd. Hiermee lijkt het erop dat de VVD toen van mening was dat het kiezersonderzoek niet voor een betere campagne en daarmee betere verkiezingsresultaten zou leiden, de grote nederlaag van de partij bij de verkiezingen van 1986 liet het ongelijk van de partij zien. Voor vervolgonderzoek is het interessant om na te gaan of dit kabinet zonder onderzoek een uitzondering was of dat het een trendbreuk was en dat het gebruik van onderzoek door de VVD minder werd.

Bij het gebruik van opinieonderzoek had er bij de partij een professionalisering plaatsgevonden. In het begin deed de partij zelf onderzoeken, maar het duurde niet lang tot het onderzoek liet doen door opiniebureaus. Opiniebureaus konden betere onderzoeken doen, die representatiever waren. Daarnaast zijn er bij de VVD kiezersonderzoeken te vinden die niet door de VVD of in de opdracht van de partij gedaan werden. Deze waren er vooral veel rond 1966. In die tijd begon het electoraat meer te bewegen tussen partijen. Partijen waren niet meer zeker van de stemmen, waardoor kiezersonderzoek een groter belang kreeg. Met meer zwevende kiezers werd het doen van onderzoek interessanter.

Er werd naar verschillende aspecten onderzoek gedaan. Centraal stond vaak wat mensen van bepaalde onderwerpen, van de standpunten van de VVD en van de partij zelf vonden. Hierdoor kon de partij weten wat men belangrijk vond en dat gebruiken voor de campagne. Bij onderzoeken werd steeds gevraagd naar de achtergrond van mensen, wat een beeld gaf welke groepen mensen op welke partijen stemden. Rond 1980 vond er een verbreding van onderzoek plaats. Er werd toen ook onderzoek gedaan naar wat goede verkiezingslogans en affiches zouden zijn. Ook was er onderzoek naar het beeld dat men van Nijpels, als nieuwe leider van de VVD, had. Daarnaast liet de VVD een onderzoek doen gericht op een specifieke partij, namelijk op D'66. Dit laatstgenoemde onderzoek was een voorbeeld van een kwalitatief onderzoek waarin aan een aantal mensen uitgebreid gevraagd werd waarom men iets vond of ergens voor was. De meeste onderzoeken waren kwantitatief van aard, met veel deelnemers aan onderzoeken om op basis daarvan representatieve uitspraken te kunnen doen.

Een belangrijke manier van gebruik van de resultaten van opinieonderzoeken is voor de verkiezingscampagne. Onderzoek liet zien waarop kiezers hun voorkeur baseerden, waardoor daar rekening mee kon worden gehouden. Het liet zien welke onderwerpen men belangrijk vond, waardoor er op die specifieke onderwerpen campagne gevoerd kon gaan worden. Dit was belangrijk bij de keuze voor campagnemateriaal als folders en affiches. Daarnaast kwam uit onderzoeken welke doelgroepen belangrijk voor de partij zijn, waardoor daar aparte folders en affiches voor konden worden gemaakt. Later werd ook de campagne getest met onderzoek. Er werd onderzocht welke slogans en affiches het beste zouden zijn om te gebruiken in de campagne. Hiermee was er niet alleen onderzoek voor de campagne, maar werd de campagne zelf ook onderzocht.

Bij een vergelijking van de opinieonderzoeken met de verkiezingscampagnes is te zien dat er bij de campagnestrategie en -materiaal het resultaat van het onderzoek gebruikt is. Onderwerpen die volgens de onderzoeken belangrijk gevonden werden kwamen veel voor op verkiezingsaffiches. Ook waren er affiches die gericht waren op een bepaalde doelgroep, mede doordat onderzoek had laten zien dat bij die groepen veel potentiële en zwevende kiezers waren. Aangezien het niet mogelijk is om te weten wat voor affiches er zouden zijn indien er geen opinieonderzoek had plaatsgevonden is het effect van de onderzoeken op de campagne lastig vast te stellen. Wel vertonen de onderwerpen uit campagnes veel overeenkomsten met onderwerpen die volgens onderzoeken belangrijk waren, waarmee het aannemelijk gemaakt kan worden dat bij de vorming ervan naar de onderzoeksresultaten gekeken is. Onderzoek naar verkiezingslogos was direct in de campagne terug te zien, doordat slogans die goed uit de onderzoeken kwamen ook de campagneslogos werden.

Daarnaast werden onderzoeken gebruikt om de resultaten ervan publiek te maken. Dit met affiches waarop stond welke onderwerpen volgens het onderzoek belangrijk waren en welke mensen op de VVD stemden. Hiermee wilde de VVD laten zien dat mensen het met de standpunten van de VVD eens waren om daarmee een bandwagon-effect te creëren. Daarnaast door te laten zien dat de partij aanhang had onder verschillende bevolkingsgroepen om hiermee de partij het imago van een volkspartij te geven. Dit deed de partij niet alleen tijdens verkiezingscampagnes, maar ook wanneer er geen verkiezingen in aantocht waren werd er in het partijblad een deel van het onderzoek openbaar gemaakt. Op deze manier werd opinieonderzoek gebruikt op een manier dat zonder onderzoek niet mogelijk was geweest.

Hiermee lijkt het gebruik van opinieonderzoek door de VVD op hoe partijen in andere landen daar gebruik van hebben gemaakt. In de inleiding is beschreven dat daar onderzoek werd gedaan naar wat mensen belangrijk vonden en welke mensen op welke partij stemden. Onderzoek werd daar gebruikt voor de verkiezingscampagne en door het te delen om te laten zien dat het goed ging met de partij en dat mensen voor de standpunten van de partij waren. Deze twee motieven voor het gebruik van opinieonderzoek zijn ook bij de VVD te vinden. Bij sommige andere partijen was er ook een derde motief te zien, namelijk opinieonderzoek gebruiken bij het bepalen van standpunten en beleid. Dat is in dit onderzoek niet onderzocht, daarvoor zal een ander soort onderzoek nodig zijn waarbij gekeken wordt naar de standpunten en het beleid van de VVD.

Kiezersonderzoek heeft een belangrijke rol gespeeld bij campagnes en daarmee bij verkiezingen. Op deze manier heeft opinieonderzoek de verkiezingsresultaten beïnvloed. Aangezien het aantal stemmen dat een partij krijgt van meer factoren afhankelijk is dan alleen de campagne met de onderzoeken is het niet eenvoudig te zeggen wat het effect van opinieonderzoek op de verkiezingsuitslag geweest is. Er valt wel te zeggen dat opinieonderzoek meegeholpen heeft een

goede uitslag te krijgen. Zo haalde de VVD het grootste verlies in zetels bij de verkiezingen van 1986, een verkiezing waarvoor de partij geen opinieonderzoek gedaan had.

Concluderend heeft de VVD in haar eerste veertig jaar veelvuldig gebruik gemaakt van opinieonderzoek. De partij begon redelijk vlot met onderzoek en dat heeft zich in de loop van de tijd ontwikkeld en uitgebreid. In de begintijd waren er nog weinig onderzoeken, maar dit werden er steeds meer. Een uitzondering hierop vormen de laatste jaren van het onderzoek, tijdens het kabinet-Lubbers I werd er geen opinieonderzoek gedaan in opdracht van de VVD. Aanvankelijk werd er onderzoek gedaan naar welke onderwerpen men belangrijk vond, welke kiezers voor welke partijen sympathie hadden en wat men van de VVD en de standpunten van de partij vond. Dit werd rond 1980 uitgebreid met onderzoek naar andere partijen, naar het imago van de VVD-leider en het uittesten van campagneslogans en -affiches. De partij gebruikte de resultaten van de onderzoeken voor de inrichting van de campagne strategie en -materiaal om meer stemmen te behalen. Daarnaast werd het kiezersonderzoek gebruikt om de resultaten ervan te kunnen delen om daarmee te kunnen laten zien dat mensen het met de standpunten van de partij eens waren en welke groepen mensen voor de partij waren, om zo voor een beter imago van de partij te kunnen zorgen.

Voor vervolgonderzoek is een soortgelijk onderzoek naar andere Nederlandse politieke partijen interessant. Dit om meer te kunnen zeggen over het gebruik van opinieonderzoek door Nederlandse politieke partijen. Hierbij onderzoeken wanneer partijen begonnen zijn met opinieonderzoek en hoe dat zich ontwikkeld heeft. Daarnaast hoe de partijen de resultaten van het onderzoek gebruikt hebben, zoals in de verkiezingscampagne en door delen van onderzoeken openbaar te maken. Hiermee zou het vergeleken kunnen worden met de VVD door naar de verschillen en overeenkomsten tussen de partijen te kijken. Ook zou ermee bepaald kunnen worden in hoeverre gebruikmaking van de resultaten van opinieonderzoek in campagnes invloed heeft op verkiezingssucces. Gekeken naar de VVD zou er vervolgonderzoek kunnen komen naar de periode van de partij die in dit onderzoek niet behandeld is. Daarnaast zou er kunnen worden onderzocht of opiniepeilingen ook gebruikt werden voor het bepalen van standpunten en beleid door de partij.

Literatuurlijst

Bosmans, J., A. van Kessel, *Parlementaire geschiedenis van Nederland* (Amsterdam 2011).

Beers, L., 'Whose Opinion?: Changing Attitudes Towards Opinion Polling in British politics, 1937-1964', *Twentieth Century British History*, Vol. 17, No. 2 (2006) 177-205.

Igo, S., 'Hearing the Masses: The Modern Science of Opinion in the United States', in: K. Brückweh e.a. (red.), *Engineering Society: The Role of The Human and Social Sciences in Modern Societies, 1880-1980* (Basingstoke 2012) 215-233.

Kavanagh, D., 'Private opinion polls and campaign strategy', *Parliamentary Affairs*, Vol. 45, No. 4 (1992) 518-527.

Kruke, A., B. Ziemann, 'Observing the Sovereign: Opinion Polls and the Restructuring of the Body Politic in West Germany, 1945-1990', in: K. Brückweh e.a. (red.), *Engineering Society: The Role of The Human and Social Sciences in Modern Societies, 1880-1980* (Basingstoke 2012) 234-251.

Lakoff, G., *The Political Mind: A Cognitive Scientist's Guide to Your Brain and Its Politics* (Londen 2009).

McAllister, I., D. Studler, 'Bandwagon, Underdog, or Projection? Opinion Polls and Electoral Choice in Britain: 1979-1987', *The Journal of Politics*, Vol. 53, No. 3 (1991) 720-741.

Meer, T. van der, A. Hakhverdian en L. Aaldering, 'De invloed van peilingen op kiezers: het bandwagon-effect', *B en M: tijdschrift voor beleid, politiek en maatschappij*, Vol. 40, No. 2 (2013).

Rothschild, D., N. Malhotra, 'Are public opinion polls self-fulfilling prophecies?', *Research and Politics*, Vol. 1, No. 2 (2014) 1-10.

Voerman, G., *De VVD visueel: Liberale affiches in de Twintigste eeuw* (Amsterdam 2008).

Archieven

Documentatiecentrum Nederlandse Politieke Partijen, Groningen

Archief van de Volkspartij voor vrijheid en Democratie, (1955) 1968-1993

Nationaal Archief, Den Haag

Archief Volkspartij voor Vrijheid en Democratie, nummer toegang 2.19.022

Kranten

De Gelderlander (16 febr. 2015).

Websites

D66 Gelderland, 'VVD-kiezer vaak eens met standpunten D66', <[https://gelderland.d66.nl/vvd-kiezer-vaak-eens-met-standpunten-d66/](https:// gelderland.d66.nl/vvd-kiezer-vaak-eens-met-standpunten-d66/)> [geraadpleegd 19-07-2015].