

Ja-kamp Oekraïne-referendum heeft beter verhaal nodig

[Opinie](#)

02-02-2016



© cc-foto: Oleksii Leonov

[cc-foto: Oleksii Leonov](#)

Roos en de zijnen houden de kiezers voor dat dit verdrag symbool staat voor de expansiedrift van de politieke elite in Brussel

Door Peter Kanne en Martin Rosema

De voorstanders van het verdrag tussen de EU en Oekraïne hebben deze week hun campagne afgetrapt. Onze eerste peilingen laten zien dat het ‘ja-kamp’ tegen een achterstand aankijkt, al is deze minder groot dan een maand geleden. Joshua Livestro, [trekker van de Ja-campagne](#), denkt de achterstand gemakkelijk te kunnen inlopen door kiezers uit te leggen dat het verdrag vooral gaat over economische samenwerking en tegelijk de rechtsstaat en mensenrechten in Oekraïne bevordert. En dat het echt géén opstap naar een Oekraïens EU-lidmaatschap is. Het zijn de argumenten die het kabinet ook steevast naar voren brengt. Maar zo gemakkelijk zal het niet

gaan, concluderen wij uit ons onderzoek. Om kans te maken, zullen de voorstanders met een aansprekender verhaal moeten komen.

Initiatiefnemer Jan Roos van GeenPeil geeft grif toe dat het hem niet zozeer gaat om dit verdrag. Hij zou liever een referendum over de uitbreiding van de EU organiseren, maar dat is niet mogelijk. Dit was het eerste onderwerp dat enigszins in de buurt kwam. Roos en compagnon Thierry Baudet van het [Burgercomité EU](#) geven de kiezers met dit referendum een stok om tussen de EU-wielen te steken en het vermeende democratische tekort van de EU aan de kaak te stellen.

Roos en de zijnen houden de kiezers voor dat dit verdrag symbool staat voor de expansiedrift van de politieke elite in Brussel en Oekraïne ermee op de drempel van het EU-lidmaatschap komt te staan. Hoewel dat lidmaatschap niet aan de orde is, en vanwege de vereiste unanieme instemming door alle 28 lidstaten ver weg lijkt, ademt het verdrag wel degelijk een streven naar steeds verdergaande economische en politieke integratie van Oekraïne binnen de EU. Het is méér dan een handelsverdrag, waar het kabinet de nadruk op legt. Bovendien is voor het economische deel van het verdrag de instemming van Nederland helemaal niet nodig, omdat dit tot de exclusieve bevoegdheden van de Europese instituties behoort.

De strategie van het ‘nee-kamp’ heeft vruchten afgeworpen. Hoewel het referendum pas over twee maanden is en de meeste kiezers er nog niet veel over hebben gehoord, zeggen de meeste kiezers ‘zeker’ of ‘waarschijnlijk’ te gaan stemmen en van hen zegt een meerderheid (56 procent) tegen te gaan stemmen. In december was dat overigens nog 62 procent, dus de voorsprong van de tegenstanders is geslonken. Ongeveer een derde van de kiezers die wel van plan is te stemmen weet nog niet of ze ‘voor’ of ‘tegen’ zullen stemmen. Het ‘ja-kamp’ zou hieruit hoop kunnen putten, maar ze maakt alleen kans als ze de beeldvorming over wat er op het spel staat weet te veranderen.

Uit [ons onderzoek](#) blijkt dat de eurosceptis, die zich in 2005 manifesteerde bij het referendum over de Europese Grondwet, nog steeds een goede voedingsbodem is om kiezers te mobiliseren ‘tegen’ te stemmen. De analyses tonen dat de algemene houding van burgers ten aanzien van de Europese Unie negatief is en zeer sterk samenhangt met het voorgenomen stemgedrag. Er is ook een verband, maar beduidend minder sterk, met de (on)tevredenheid met het regeringsbeleid. De relatie met Rusland speelt vooralsnog geen noemenswaardige rol. Met andere woorden, dit is geen referendum dat gaat over het huidige kabinet of over de relatie met het Rusland van Poetin. Dit referendum is in de perceptie van kiezers de facto een referendum over meer of minder Europese Unie. De initiatiefnemers zijn er uitstekend in geslaagd dit beeld tussen de oren van kiezers te krijgen.

Voornamelijk lager en middelbaar opgeleiden, die relatief vaak stemmen op PVV, SP en 50PLUS, zijn in grote getalen van plan bij het referendum tegen te stemmen. Daar ligt de basis voor de meerderheid van de tegenstanders in de peilingen. Zelfs als zij open staan voor andere argumenten en willen geloven dat dit verdrag inderdaad vooral een handelsverdrag is, denken lager opgeleide ‘nee-stemmers’ dat deze handel vooral ten goede zal komen aan het multinationale grootkapitaal, en dus niet aan de gewone burger. Dat blijkt als we kiezers vragen toe te lichten waarom ze voor of tegen willen stemmen.

Dus als de ‘ja-campagne’ [resultaat wil boeken](#), is een aansprekend verhaal nodig dat lager opgeleiden hoop biedt op positieve economische effecten voor hen zelf, of dat aan morele waarden appelleert (zoals solidariteit met de Oekraïners die zich aan Europa in plaats van Rusland willen spiegelen). Hiervoor zal een campagne die raakt aan de emoties van kiezers en

die breder is dan kabinet en bedrijfsleven nodig zijn. Met de argumenten ‘dit is goed voor de handel’ en ‘dit staat los van een EU-lidmaatschap van Oekraïne’ komen ze er waarschijnlijk niet. *Peter Kanne werkt als verkiezingsonderzoeker bij I&O Research. Martin Rosema is als politicoloog verbonden aan de Universiteit Twente en gespecialiseerd in verkiezingen en referenda. Hun onderzoek naar opvattingen van burgers over het Oekraïne-referendum is beschikbaar op de website van I&O Research (www.ioresearch.nl).*