

Verkiezingscampagnes in België en Nederland

Vergelijkbare landen, verschillende campagnes?

Philip Van Praag en Peter Van Aelst

Met nauwelijks vier dagen verschil trokken Belgen en Nederlanders in juni naar de stembus. In beide landen ging het om vervroegde verkiezingen, gaven de uitgeslagen grote electorale verschuivingen te zien en leed de zittende premier met zijn christendemocratische partij een grote nederlaag (verkiezingsuitslagen in bijlage). In beide landen worden de verkiezingen gevolgd door een moeizaam onderhandelingsproces om tot een nieuwe regering te komen. De overeenkomsten tussen beide landen zijn opvallend, maar de vraag is of ook de voorafgaande verkiezingscampagnes zo gelijklopend zijn. In dit essay willen we de recente verkiezingscampagnes in beide landen vergelijken en plaatsen in een breder politicologisch en historisch kader. Het gaat in deze bijdrage, in afwachting van meer diepgravend onderzoek, om een eerste impressie van wat zich in de aanloop naar de verkiezingen in juni 2010 heeft afgespeeld. We vergelijken Nederland voornamelijk met Vlaanderen, en slechts in tweede instantie met de situatie in Franstalig België. Naast een schets van de voornaamste campagnekenmerken van beide landen wordt dieper ingegaan op de centrale thema's en op de voornaamste politieke leiders van 2010. Alvorens op de

campagnes te focussen nemen we even de tijd om het politieke landschap, het kiesstelsel en de voornaamste electorale spelregels in beide landen te duiden. Ze zijn immers van belang bij het begrijpen van de verschillen en gelijkenissen in de campagnes.

1. Het politieke landschap

Nederland en België worden veelal omschreven als *similar systems*. Het gaat om kleine Europese landen, met een parlementair stelsel dat zich in de loop van de negentiende eeuw heeft ontwikkeld, met politieke instituties die kenmerkend zijn voor een consensusdemocratie (Lijphart, 1999). De politieke cultuur op eliteniveau is erop gericht in onderling overleg een oplossing te vinden die voor alle betrokkenen acceptabel is, een cultuur die vaak wordt aangeduid als *consociational democracy* of overlegdemocratie. Beide landen hebben een verzuild verleden en kennen van oudsher een meerpartijensysteem met de daarbij behorende coalitieregeringen. Het partijstelsel is zowel in België als Nederland ontstaan aan het einde van

de negentiende eeuw rond twee belangrijke breuklijnen: de klasse- en de religieuze tegenstellingen. Beide landen hebben ook een politiek landschap dat lange tijd sterk is gedomineerd door traditionele massapartijen van sociaaldemocratischen en christendemocratischen huize. De derde belangrijke Europese partijfamilie, de liberale, heeft vaak deelgenomen aan coalitieregeringen, maar was een belangrijk deel van de twintigste eeuw duidelijk zwakker dan de twee andere hoofdstromen. Tot midden de jaren zestig kenden de landen stabiele politieke verhoudingen,¹ maar dan begon de electorale positie van de twee grote politieke stromingen af te brokkelen en in beide landen kwamen nieuwe partijen op. Sinds het einde van de jaren zestig zijn deze *similar systems* geleidelijk uit elkaar gaan groeien.

1.1. België

De jaren zestig hebben een grote impact gehad in België en Nederland. In Vlaanderen leidt een groeiend Vlaams zelfbewustzijn tot een hernieuwde taalstrijd, tot uiting komend in de eerste en de tweede Vlaamse Mars op Brussel (1961/62) en de strijd om de katholieke universiteit van Leuven (Leuven Vlaams!). Het betekent dat de oude centrum-periferiebreuklijn tussen het oorspronkelijk Franstalige centrum en het perifere Vlaanderen opnieuw, en met succes, gepolitiseerd wordt (Deschouwer & Hooghe, 2005: 55). De al langer bestaande Volksunie geeft op politiek niveau uiting aan dit nieuwe Vlaams nationalisme en behaalt in 1965, bij de eerste grote electorale verschuiving in Bel-

gië, ruim 11% van de Vlaamse stemmen. Vergelijkbare Franstalige partijen in Wallonië en Brussel zijn eveneens succesvol (Deschouwer, 2004). Onder druk van deze ontwikkelingen splitsen de drie grote traditionele partijen zich in de volgende jaren in een zelfstandige Vlaamse en Franstalige partij, die vervolgens geleidelijk uit elkaar groeien. Het Vlaams nationalisme komt aanvankelijk tot uiting in het electorale succes van de Volksunie en sinds begin jaren negentig in de opmars van het Vlaams Blok (sinds 2004 Vlaams Belang), dat het nationalistische discours combineert met een sterke anti-immigratieprofilering.

De herleefde 'oude' *cleavage*, veelal aangeduid als *communautaire* breuklijn, speelt sinds deze jaren een zeer belangrijke rol in de Belgische politiek en leidt in 1970 al tot een ingrijpende staatsvorming. België wordt een federale staat bestaande uit drie gedeeltelijk autonome regio's (Vlaanderen, Wallonië en Brussel) met verregaande bevoegheden, een eigen parlement en een eigen regering. De traditie van de *consociational democracy* wordt echter bij de staatsvorming in stand gehouden. Grondwettelijk worden de taalgemeenschappen gedwongen tot samenwerking: zowel Vlaamse als Franstalige partijen dienen deel te nemen aan de federale regering, hebben bepaalde veto-rechten en recht op een evenredig aandeel in de belangrijke functies (Deschouwer, 2002: 159). Sinds de jaren zeventig kent België in feite twee parallelle subnationale partijsystemen (De Winter *et al.*, 2006; Bardi & Mair, 2008). De grote Vlaamse en Waalse partijen nemen alleen deel in hun eigen regio en concurreren op geen enkele wijze met elkaar. Bovendien ver-

dampen de nauwe banden tussen politici van dezelfde politieke families aan beide zijden van de taalgrens en is de Belgische cohesie sinds 2004 verder aangetast door asymmetrische coalities op het regionale niveau (Deschouwer, 2009).

De electorale verschuivingen zijn in België door de nieuwe partijen toegenomen, maar op geaggregeerd niveau toont het partijsysteem de nodige stabiliteit. De veranderingen in de krachtverhoudingen tussen de partijen of (netto) electorale verschuivingen bedragen in de jaren tachtig en negentig gemiddeld 10% (Mair, 2008: 238). In 2003 en 2007 neemt dit percentage in Vlaanderen toe naar gemiddeld 14% en zelfs ruim 16% in 2010, wat beïnvloedend lager is dan in het versnipperde Nederlandse partijlandschap (zie verder).

1.2. *Nederland*

De jaren zestig hebben in Nederland een heel andere invloed en ze werken ook anders door in het politieke stelsel. Het ludieke Provo uit 1965/66 is het symbool bij uitstek van de maatschappelijke veranderingen die leiden tot een ontzuiling en ontkerkelijking van de Nederlandse samenleving. Het partijpolitieke landschap zal er op termijn sterk door veranderen. De drie christelijke partijen, die later zullen opgaan in het CDA, behalen in 1963 nog bijna de helft van de stemmen, maar kunnen in 1977 amper een derde van het electoraat bekoren. Niet alleen de religieuze breuklijn boet sterk aan belang in; voor de klassebreuklijn geldt hetzelfde. Dit komt gedeeltelijk tot uiting in de verkiezingsresultaten van de PvdA. Hoewel

de sociaaldemocratische PvdA in 1977 het beste resultaat uit haar geschiedenis behaalt (34%), komt de partij daarna in een langdurende dalende trend terecht met als laagste score de 15% uit 2002. Een deel van het verlies gaat overigens naar een klassiek-linkse partij als de SP.

De jaren '60 hebben geleid tot het ontstaan van een nieuwe partij als D66 en op termijn de fusiepartijen CDA en GroenLinks. De verzwakking van de oude breuklijnen heeft in Nederland niet (meteen) geleid tot het ontstaan van nieuwe diepgaande tegenstellingen. Na het eerste succes van D66 in 1967 werd enige tijd gedacht dat de tegenstelling tussen post-materialisten en materialisten een nieuwe breuklijn zou vormen. Het aantal postmaterialisten was aanvankelijk in vergelijkend perspectief hoog en nieuwe sociale bewegingen hadden in de jaren zeventig en tachtig veel succes in Nederland, maar dit leidde niet tot blijvende nieuwe politieke tegenstellingen tussen bevolkingsgroepen. Wel kan de vraag opgeworpen worden of het electorale succes van Fortuyn in 2002, gevolgd door het succes van de PVV van Wilders in 2006 en 2010, de uiting is van een nieuwe breuklijn, waarbij duidelijk aanwijsbare groepen tegenover elkaar komen te staan. Kriesi en collega's (2006) betogen dat in enkele Europese landen, waaronder Nederland, sprake is van een dergelijke nieuwe en blijvende tegenstelling tussen winnaars en verliezers van het proces van globalisering. Bij deze nieuwe tegenstelling spelen de opstelling tegenover immigratie, de Europese integratie en de herziening van het stelsel van sociale zekerheid een belangrijke rol. Het is nog onduidelijk of deze tegenstelling zich

zal ontwikkelen tot een breuklijn, maar het is wel duidelijk dat politieke partijen met deze thema's worstelen en dat deze de grote electorale verschuivingen mede veroorzaken. In Nederland bereikte de (netto) volatilititeit in 2002 een ongeken- de hoogte van 31 %, en in 2010 bedroeg deze bijna 23 percent.

Sinds het einde van de jaren zestig heeft Nederland verschillende perioden van polarisatie gekend. Meermaals is de oude pacificatiedemocratie met bijbehorende spelregels voor dood verklaard, bijvoorbeeld ten tijde van het kabinet-Den Uyl, maar tot nu toe heeft de *consociational democracy* zich zeer taai getoond. Het is duidelijk dat sinds 2002 de druk opnieuw is opgevoerd.

2. Kiesstelsels en electorale spelregels

Het Nederlandse kiesstelsel kan gekarakteriseerd worden als een vorm van extreme evenredige vertegenwoordiging waarbij 0,66 procent van de uitgebrachte stemmen volstaat om een Kamerzetel te verwerven. Nederlandse kiezers hebben slechts de mogelijkheid de Tweede Kamer rechtstreeks te kiezen. De Eerste Kamer of Senaat wordt samengesteld op basis van de uitslag van de Provinciale Statenverkiezingen, die nooit samenvallen met de Tweede Kamerverkiezingen. Sinds de jaren zestig zijn er door Staatscommissies en andere organen diverse voorstellen gedaan voor institutionele veranderingen, die resulteerden in wijzigingen zoals het afschaffen van de opkomstplicht (1970)

en het vergemakkelijken van de mogelijkheid voor een kandidaat om met voorkeurstemmen gekozen te worden. Een aantal voorkeurstemmen dat minimum 25 procent van de kiesdeler bedraagt, volstaat tegenwoordig om met voorkeurstemmen gekozen te worden; in 2010 ging het om 15.694 stemmen. De wetgever laat de politieke partijen volledig vrij in de wijze waarop ze hun kandidatenlijst opstellen en stelt geen voorwaarden aan de lijst. Het besluit in 1998 om politieke partijen toe te staan reclamezendtijd te kopen was geen beslissing van de wetgever maar van de bedrijven, respectievelijk stichtingen, die reclamezendtijd verkopen voor de commerciële of voor de publieke omroep.

De institutionele structuur en het kiesstelsel in het federale België verschillen op belangrijke punten van het Nederlandse systeem. Zo worden de Kamer van Volksvertegenwoordigers en de Senaat op hetzelfde moment verkozen. Het politieke zwaartepunt ligt duidelijk bij de Kamer, maar bij verkiezingen komen zeker in Vlaanderen de politieke zwaargewichten op voor de Senaat, omwille van de grotere kieskring. Voor de Senaat geldt het hele taalgebied als één kieskring, terwijl er voor de Kamer per taalgroep zes kieskringen zijn, waaronder één tweetalige kieskring: Brussel-Halle-Vilvoorde.² De onmogelijkheid om deze kieskring te splitsen was de directe aanleiding voor de val van de regering en de vervroegde verkiezingen in juni 2010. Naast de twee federale kamers heeft elke Gemeenschap zijn eigen Parlement dat sinds 1999 ook rechtstreeks wordt verkozen. Doordat de regionale parlementen voor vijf jaar worden verkozen en de federale voor slechts vier jaar, vallen beide

verkiezingen niet langer automatisch samen en heeft België de laatste jaren een opeenvolging gekend van verschillende verkiezingen en campagnes waaraan veelal dezelfde politici deelnamen.³

De federale structuur van België maakt dat de electorale context sterk verschilt van de Nederlandse. Naast structurele verschillen zijn er enkele relevante electorale spelregels die in België anders zijn dan in Nederland. Zo kunnen partijen geen televisiezendtijd kopen en kent België sinds 2003 een kiesdrempel van 5% (per kieskring), een maatregel die de versnippering van het partijlandschap moest tegengaan, vooralsnog met weinig succes. De wetgever heeft in België verder bepaald dat een lijst evenveel vrouwelijke als mannelijke kandidaten dient te bevatten. Ten slotte kent België nog steeds een opkomstplicht, die echter soepel wordt nageleefd; in de praktijk stemt ongeveer 90% van de kiesgerechtigden.

3. Verkiezingscampagnes in Nederland en België

Verkiezingscampagnes in de Lage Landen verlopen op meerdere punten op een vergelijkbare wijze maar ze zijn verre van identiek. Dat heeft te maken met de gelijkaardige politieke systemen maar ook met een mengeling van tradities en wetgeving. Zo zijn campagnes in beide landen relatief goedkoop te bestempelen, al kost een stem in België de politici gemiddeld meer dan in Nederland.⁴ Private giften spelen een onbeduidende rol in de campagnefinanciering van beide landen.⁵ De

partijen hebben deze financiële middelen ook niet zo hard nodig als bijvoorbeeld in de Verenigde Staten, omdat er veel 'gratis' media-aandacht beschikbaar is. Zowel de geschreven als de audiovisuele pers geven in verkiezingstijd veel ruimte en tijd aan politici en hun campagnes. Verkiezingen worden zowel in België als in Nederland grotendeels uitgevochten in de 'vrije' publiciteit. Vooral de publieke omroep voelt zich in beide landen geroepen om kosten noch moeite te besparen om van de verkiezingen een groots evenement te maken. Bij de recente campagnes valt wel het verschil in aandacht van de televisie tussen beide landen op. Op de Nederlandse televisie was het mogelijk om in de laatste weken op een doordeweekse avond, met enig gezap, de hele avond politici te zien in aan de verkiezingen gewijde programma's. Zo was CDA-lijsttrekker Balkenende tussen 3 en 6 juni te gast in 6 televisieprogramma's van de publieke omroep. Verder kende Nederland, niet voor het eerst, een groot aantal debatten tussen de lijsttrekkers van de belangrijkste partijen en brachten de verschillende zenders in onderlinge concurrentie bijna dagelijks nieuwe opiniepeilingen en populariteitscijfers. De commerciële Nederlandse zender RTL4 had in 2010 voor het eerst een dagelijks verkiezingsprogramma. In dat opzicht was de aandacht in Vlaanderen erg bescheiden te noemen.

Op de Vlaamse televisie was er niet enkel minder aandacht voor de campagne dan in Nederland maar ook minder dan bij eerdere campagnes. Daarvoor zijn verschillende redenen aan te halen: het verrassingseffect van de vervroegde verkiezingen, de besparingsgolf bij de openbare

omroep VRT, de snelle opeenvolging van campagnes, en de publieke onverschilligheid na jaren van communautair geruzie. Mogelijk verklaren die factoren waarom de campagne in België ook minder zichtbaar was op straat dan gebruikelijk. In dat opzicht leken het ‘Nederlandse toestanden’, met vrij weinig affiches in het straatbeeld en minder drukwerk in de brievenbus.⁶

Het viel ook op dat er zeker in Nederland veel infotainment was maar dat dit minder weerstand opriep dan in het recente verleden. Vrij onopgemerkt waren VVD-lijsttrekker Rutte, PVV-lijsttrekker Wilders en Balkenende uitgebreid te gast bij RTL Boulevard, terwijl in 2006 het gashoofdedirecteuraat van de CDA-lijsttrekker bij dit programma nog tot discussie leidde. Halsema (GroenLinks) werd in het kader van een blind date door het actualiteitenprogramma Netwerk overgehaald tot het aanprijzen van sexy lingerie; later zou ze betreuren dat ze hieraan meegewerkt had. De mens achter de politicus kreeg ook de nodige aandacht, vooral van media die anders weinig belangstelling hebben voor de politiek. Vrouwenbladen als *Margriet*, *Eta* en *Cosmopolitan* wilden vooral meer weten over de politicus en zijn of haar privéleven. Menig lijsttrekker bracht verder uren door op de Libelle Zomerweek aan het Almeerderstrand. Het eenmalige glossy magazine *Binnenhof*, uitgebracht door de weekbladen *HP/De Tijd* en *Weekend*, veroorzaakte enige commotie met de ‘ont-hulling’ dat in de vuilniszakken van de familie Pechtold een zwangerschapstest was gevonden. Een cameraploeg van SBS wilde prompt weten of het derde kind al op komst was (*Vrij Nederland*, 17 juli 2010). In Vlaanderen, waar de publieke omroep

enkele jaren geleden nog het luchtige en persoonlijke VRT-verkiezingsprogramma Bracke&Crabbé centraal stelde, beperkten zich tot meer inhoudelijke formats zonder al te veel show of persoonlijke elementen. Ook de commerciële zender VTM hield zijn verkiezingsprogrammering, zoals bij voorgaande campagnes, eerder beperkt en vrij sober.

Uit het belang van de ‘vrije’ media en de beperkte campagnebudgetten volgt dat advertenties en spots een bescheiden rol spelen. In België zijn televisiespots verboden en investeren partijen en kandidaten voornamelijk in advertenties in kranten en magazines. In Nederland is sinds 1998 de televisiespot wel toegelaten bij de commerciële en de publieke omroep, maar wordt er door de meeste partijen slechts op bescheiden schaal gebruik van gemaakt. Over het algemeen hebben partijen niet de middelen om een intensieve mediacampagne te voeren. In 2010 was er geen enkele spot die de aandacht van de klassieke media wist te trekken of een internethype kon creëren, op het hoon-gelach met de amateuristische spot van Rita Verdonk (TON) na; een spot die werd uitgezonden in de zendtijd voor Politieke Partijen. De VVD toonde zich wel actiever dan de andere partijen met talloze korte spots over haar drie campagnespeerpunten. De Nederlandse liberalen besteedden ook beduidend meer dan hun concurrenten aan allerlei vormen van reclame.⁷

Het gebruik van nieuwe media zet zich in beide landen verder door. In 2006 was de sociale netwerksite Hyves bijzonder populair in de Nederlandse campagne. Dit jaar stortten de Nederlandse politici zich op het twitteren en organiseerden verschil-

lende media twitterdebatten met politici. Femke Halsema (GroenLinks) leidde de race in volle campagne met 64.000 *followers*, de Belgische internetpionier Vincent van Quickenborne (Open VLD) leidde in België met 8 keer minder volgelingen. Al bij al zeer bescheiden aantallen, al is de invloed op de zogenaamde opinieleiders, waaronder politieke journalisten, mogelijk wel van belang. Los van de invloed op het kiesgedrag is het twitteren een zoveelste laagje dat aan de (post)moderne campagne is toegevoegd.

De kiezer heeft echter andere prioriteiten dan het volgen van politici via de digitale sociale netwerken. In de overdaad aan informatie via de traditionele en nieuwe media lijkt de kiezer het spoor bijster. Dit verklaart allicht waarom in beide landen de vele stemtesten en stemwijzers de laatste jaren aan belang hebben gewonnen (Walgrave, Van Aelst & Nuytemans, 2008) en ook in 2010 erg populair waren. De oudste en meest populaire digitale stemhulp in Nederland, de *Stemwijzer* van het Instituut voor Publiek en Politiek, heeft in 2010 4,2 miljoen adviezen verstrekt, waarvan meer dan 1 miljoen de laatste 32 uur van de campagne. In 2006 ging het overigens om 4,8 miljoen adviezen. *Kieskompas*, ontwikkeld door wetenschappers van de Vrije Universiteit in Amsterdam, is door ruim 1,5 miljoen mensen geraadpleegd. Behalve algemene stemhulpen zijn er ook talloze stemtesten voor specifieke doelgroepen (ouderen, huisartsen, huiseigenaren...) en over onderwerpen als klimaatverandering, onderwijs en onderzoek, en cannabis. In Vlaanderen besliste de publieke omroep, traditioneel de belangrijkste speler op dit vlak, voor-

namelijk wegens tijdsgebrek, om geen stemtest aan te bieden. De commerciële omroep lanceerde wel een stemtest, de *Stem van Vlaanderen*. De uitkomst van deze test gaat na in welke mate de eigen mening zich verhoudt tot die van toppolitici en bekende Vlamingen. 892.000 Vlamingen deden deze test.⁸ Bijna evenveel mensen deden ook mee aan de stemtest van de krant *De Standaard*. Al bij al wel beduidend minder dan in Nederland. In Franstalig België, dat een minder versnipperd partijlandschap kent dan Vlaanderen en zeker Nederland, zijn stemtesten nooit erg populair geweest. De campagne wordt in beide landen in hoge mate via de vrije media gevoerd, maar tegelijk is de traditionele 'straatcampagne' niet afgeschaft en winnen de nieuwe media aan belang. Het vereist een campagneteam met media- en marketingdeskundigen om het geheel te coördineren. De ontwikkeling naar een meer professionele campagneorganisatie is in beide landen zichtbaar, maar partijen beschikken over te weinig middelen om verregaand te professionaliseren. Het blijven kleine semiprofessionele campagneteams van enkele toppolitici, bijgestaan door een paar interne communicatiespecialisten en externe raadgevers of specialisten. De uitvoerende taken zijn voor de vele partijmedewerkers en vrijwilligers.

Samenvattend kunnen we vaststellen dat in beide landen campagnes in de eerste plaats in de vrije publiciteit wordt uitgevochten, vooral op de televisie. Op de Nederlandse mediamarkt, die met tien landelijke televisiezenders een sterkere concurrentie kent dan de Vlaamse of de Franstalige, worden daarbij gedeeltelijk andere keuzes gemaakt: meer televisiede-

batten, meer speciale verkiezingsprogramma's, en een hoger aandeel infotainment. Als we naar de inhoud van de campagne kijken, vallen nog twee belangrijke verschillen op: de centrale thema's die de campagnes domineerden en de (afwezige) strijd om het premierschap.

4. Waarover ging de campagne?

In beide landen gaan campagnes traditioneel over een veelheid aan onderwerpen en is het uitzonderlijk dat één thema het debat domineert (Van Aelst, 2007; Kleinneijenhuis *et al.*, 2006). Dat is voornamelijk een gevolg van het feit dat elke partij graag over 'haar' thema's spreekt, thema's waarmee de kiezer hen associeert. Toch lijkt het deze keer dat er in elk land wel één thema erg aanwezig was, zij het een totaal verschillend. Uit eerste analyses blijkt dat in Nederland het debat over de economie, en meer concreet de verschillende bezuinigingsvoorstellen zoals de hypotheekrenteaftrek, op de eerste plaats stond in de thematische hitparade.⁹ De economische crisis bracht het thema *on top of the agenda*; de liberale VVD wist het daar te houden, daarbij geholpen door de traditie om de partijprogramma's te laten doorrekenen door het Centraal Planbureau. Bijna alle partijen spelen dit spel mee; het dwingt hen om aan te geven wat hun plannen kosten en kleur te bekennen over waar ze gaan bezuinigen. In deze campagne viel op dat de doorrekeningen van het CPB, mede door de aanpassingen die de PvdA gedwongen was aan te bren-

gen, meer het nieuws bepaalden dan in het recente verleden.¹⁰

De eerste televisiedebatten stonden in het teken van de CPB-cijfers. De kritiek dat dit cijferfetisjisme, zeker in het begin van de campagne, te veel domineerde is belangrijk, omdat na de verkiezingen een compromis wordt gesloten tussen drie of vier partijen en het cijferen weer van nul begint. Toch valt op dat de Nederlandse partijen kleur hebben bekend. De partijen in België deden dat nauwelijks. Niet op het vlak van besparingen maar evenmin op hét thema van de campagne 2010: het communautaire vraagstuk. De hervorming van de Belgische staat lijkt meer dan bij vorige campagnes het debat in de media te hebben gedomineerd.¹¹ Dit is niet enkel een gevolg van het feit dat de regering over het communautair geladen dossier Brussel-Halle-Vilvoorde gevallen was, maar ook omdat de Vlaamse nationalistenvan de N-VA onder leiding van Bart De Wever in de peilingen een grote overwinning werd voorspeld. De N-VA werd door de aanhoudende aanvallen van politieke tegenstanders (langs beide zijden van de taalgrens) tot inzet van de verkiezingen gemaakt. Bart De Wever bedankte voor zoveel aandacht en pareerde de meeste kritiek zonder veel problemen. Toch valt op dat het debat over de staatshervorming in vage termen werd gevoerd, daar waar het economische debat in Nederland juist concreet en detaillistisch was. De verschillende partijen bleven eerder op de vlakte over hun invulling van de staatshervorming en vroegen vooral een mandaat om de onderhandelingen met partijen van de andere taalgemeenschap voort te zetten.¹²

De verschillende thema's die centraal stonden in België en Nederland zijn een gevolg van de politieke actualiteit maar vooral van de eerder beschreven verschillende breuklijnen die de samenleving en het politieke debat schragen. Toch kende de inhoudelijke campagne zeker één opvallende gelijkenis in beide landen: de afwezigheid van de buitenlandse politiek. Zodra de verkiezingscampagne start, lijkt het of het gezichtsveld van zowel journalisten als politici wordt begrensd door de landsgrenzen. Zeker in Nederland was dit opmerkelijk, aangezien de regering was gevallen over de militaire missie in Uruzgan. Voor beide landen geldt dat de Europese integratie, de crisis rond de euro en de vraag hoe een herhaling van die crisis in de toekomst te voorkomen, werden doodgezwegen. Meer algemeen wijst dit erop dat partijen de toenemende invloed van internationale organen als de Europese Unie en het IMF op de binnenlandse politiek niet wensden te bediscussiëren. Problematisch is dat op deze manier wordt bijgedragen aan de illusie dat nationale parlementen en regeringen nog steeds de enige politieke spelers zijn die er echt toe doen.

5. Semipresidentiële verkiezingen in parlementaire regimes

5.1. *Eén partij, één politiek leider?*

In Nederland telt al decennialang in verkiezingstijd één persoon: de lijsttrekker. Partijvoorzitters, ministers en andere

kandidaten spelen in de regel een ondergeschikte rol in de campagne. In principe is het mogelijk om met verschillende lijsttrekkers te werken in de 19 kieskringen die Nederland rijk is, maar de partijen opteren er sinds geruime tijd (en onder druk van televisie) voor om dat niet te doen.¹³ De lijsttrekker doet alle grote debatten en is ook de centrale gast in de meeste verkiezingsprogramma's. Eerder Nederlands onderzoek toonde aan dat de lijsttrekker in 1998 met 43% (kranten) en 60% (televisienieuws) van de aandacht voor zijn partij de centrale actor was (Lindhout & Van Praag, 2000: 107; Van Praag & Brants, 2000: 75). Kleinnijenhuis en collega's (2007: 105) toonden in 2006 een gelijkaardige dominantie van de lijsttrekker in de campagneberichtgeving.

Die focus op het lijsttrekkerschap neemt niet weg dat, iets meer dan in het verleden, andere kandidaten zich proberen te profileren en hopen op voorkeurstemmen om verkozen te geraken. Het effect van deze persoonlijke campagnes mag niet overschat worden. Zo voerden de laag geplaatste zittende Kamerleden Mei Li Vos (PvdA) en Ed Anker (ChristenUnie) enthousiast een persoonlijke campagne maar behaalden zij onvoldoende voorkeurstemmen om herkozen te worden. In 2006 geraakte slechts één kandidaat op eigen kracht in de Tweede Kamer; in 2010 ging het om twee vrouwelijke kandidaten, Sabine Uitslag (CDA) en voormalig journaliste Pia Dijkstra (D66). Succes was er ook voor Hero Brinkman, het niet onbesproken PVV-Kamerlid, die door een succesvolle persoonlijke campagne en de nodige media-aandacht met 19.000 stemmen zijn positie in de fractie wist te ver-

sterken. Het aantal Nederlandse kiezers dat niet op de lijsttrekker stemt is in de laatste dertig jaar gestaag gestegen vanaf amper vijf procent in de naoorlogse periode tot bijna één op vier in 2006 (Van Holsteyn & Andeweg, 2008).¹⁴ In 2010 valt dit percentage weer terug en heeft 16% van de kiezers een voorkeurstem uitgebracht. Wilders scoort het best, hij behaalt bijna 95% van de PVV-stemmen; bij het CDA stemt daarentegen een vierde van de ahang niet op lijsttrekker Balkenende.

In België is het leiderschap van een politieke partij minder eenduidig. Naast de lijsttrekkers voor de Senaat telt een partij nog eens zes lijsttrekkers voor de Kamer van Volksvertegenwoordigers. Het resultaat is dat een partij niet één woordvoerder heeft maar meerdere. In Vlaanderen is het boegbeeld meestal diegene die de Senaatslijst trekt, om de simpele reden dat men zo verkiesbaar is voor alle Vlamingen. Dit boegbeeld is veelal ook de partijvoorzitter of (regionaal) regeringsleider. In 2010 voldeden aan Vlaamse zijde echter enkel Bart De Wever (N-VA), de liberaal Alexander De Croo (Open VLD) en Jean-Marie Dedecker (LDD) aan deze omschrijving. Filip Dewinter trok de Senaatslijst voor het Vlaams Belang als 'gewoon' Vlaams Parlements lid. De socialiste Caroline Gennez (Sp.a) en Wouter van Besien (Groen!) namen beiden als partijvoorzitters deel aan de 'grote' debatten maar trokken de lijst voor de Senaat niet. Het meest opmerkelijk (zeker vanuit Nederlands perspectief) is allicht CD&V-voorzitster Marianne Thijssen, die boegbeeld en lijsttrekker werd in plaats van Yves Leterme. De toenmalig ontslagnemend premier besloot zich terug te trekken in

'zijn' West-Vlaanderen, en dus wel aan de verkiezingen en campagne deel te nemen maar niet meer als boegbeeld. In Franstalig België was het wel duidelijker wie de boegbeelden waren van de vier grote partijen, maar geen van hen voerde de lijst voor de Senaat aan. Elio Di Rupo (PS), Didier Reynders (MR), Joëlle Milquet (PSC) en Jean-Michel Javaux (Ecolo) kwamen in hun eigen kieskring op voor de Kamer. Dit opmerkelijk verschil tussen Vlaanderen en Wallonië toont aan dat de voornaamste hoofdrolspelers vooral rekening houden met het gedrag van hun concurrenten in het eigen landsdeel, met een verschillende campagedynamiek als gevolg.

5.2. *Wie is de kandidaat-premier?*

Voor wie het na de afgelopen campagnes vergeten zou zijn: zowel in Nederland als België wordt de premier niet rechtstreeks verkozen. Iets wat kiezers, partijen, maar vooral de media het liefst zouden negeren.¹⁵ In Nederland is echter sinds het begin van de jaren zeventig de stilzwijgende afspraak gegroeid dat de lijsttrekker van de grootste partij het initiatief krijgt bij de coalitievorming en dat de lijsttrekker van de grootste regeringspartij (en dat is niet altijd de grootste partij) premier wordt. ARP-lijsttrekker Biesheuvel was de laatste premier (1971-72) die uit een kleinere regeringspartij afkomstig was. In principe kan de lijsttrekker van de grootste regeringspartij ook een partijgenoot naar voor schuiven. Dit werd in Nederland duidelijk tijdens de afgelopen campagne toen Mark Rutte, met zijn VVD aan kop in de peilingen, een opening liet of hij dan wel

EU-commissaris Neelie Kroes de kandidaat-premier voor de partij zou zijn. Deze ‘onduidelijkheid’ leidde tot vele vragen van journalisten én openlijke aanvallen van politieke tegenstanders. Zo had D66-aanvoerder Pechtold het over een ‘tante uit Brussel’ die zou moeten bijspringen. Een dag later verklaarde de VVD eensgezind dat er slechts één kandidaat was voor het premierschap: lijsttrekker Rutte. Naast de eenduidigheid van de lijsttrekker als kandidaat-premier lijken ook opiniepeilingen een rol te spelen bij het bepalen van de ‘echte’ kandidaat-premiers door de media. In 2006 stonden bij de start van de campagne PvdA en CDA hoog in de peilingen en mochten Balkenende en Bos duelleren tijdens het zogenaamde Premiersdebat op RTL4. In 2010 opteerde de commerciële zender voor een strijd tussen vier potentiële premiers: Wilders, Rutte, Cohen en Balkenende. Met één oog op de peilingen begonnen de meeste journalisten in de loop van de campagne te focussen op de tweestrijd Cohen – Rutte, terwijl het CDA machteloos moest toezien dat de media Balkenende geen kans meer toedichtten zijn premierschap te verlengen. De vraag wie de grootste partij gaat worden is hierdoor een essentieel onderdeel geworden van Nederlandse campagnes. Peilingen en cijfers over het vertrouwen in de lijsttrekkers sturen in belangrijke mate, en meer uitgesproken dan in België, de campagne-verslaggeving.

In België was het tijdens de campagne van 2010 compleet onduidelijk wie in aanmerking kwam voor een verblijf in de Wetstraat 16. Traditioneel is de leider van de grootste partij aan zet om een regering te vormen, al wordt deze stilzwijgende af-

spraak af en toe betwist met het argument dat de politicus van de grootste politieke ‘familie’ het initiatief zou moeten nemen. Dat beide informele principes soms voor verwarring zorgen, bleek ook in de media-berichtgeving. ‘De Wever premier’ titelde de Vlaamse krant *Het Nieuwsblad* drie weken voor de verkiezingen, een ietwat eenvoudige gevolgtrekking van zijn score in een peiling als populairste politicus van Vlaanderen. Nochtans stond in dezelfde krant een paar weken eerder, ook op basis van een peiling, dat Elio Di Rupo de grote kanshebber was vanwege zijn leiderschap van de grootste partij van de grootste politieke familie. In beide gevallen is de link met de kiezer zoek. De Wever is enkel in Vlaanderen verkiesbaar, Di Rupo enkel in de kieskring Henegouwen. Vanuit dit oogpunt waren er in 2010 geen duidelijke kandidaat-premiers. Bart De Wever mag dan wel de meeste aandacht hebben gekregen in de Vlaamse pers,¹⁶ als Vlaams nationalist ambieerde hij het Belgische premierschap niet, of alvast niet openlijk. Voor Marianne Thijssen duurde het tot halverwege de campagne alvorens ze zich (aartzelend) uitsprak als kandidaat-premier. Elio Di Rupo bleef zoals de meeste Franstalige politici in de Vlaamse campagne nagenoeg buiten beeld. Als Vlaming zou je haast heimwee krijgen naar de het duel Verhofstadt – Leterme uit 2007.¹⁷ Want ook al valt op die presidentiële strijd in een parlementaire democratie veel aan te merken, hij had het onmiskenbare voordeel van de duidelijkheid.

De huidige onduidelijkheid omtrent het Belgische premierschap en het democratisch deficit heeft wel een debat op gang gebracht over aanpassingen aan de electorale

spelregels. Al enkele jaren pleit een groep van Vlaamse en Franstalige politicologen voor een nationale kieskring als oplossing voor dit en andere problemen van het Belgische model.¹⁸ De politieke haalbaarheid van het voorstel, zeker nu de N-VA de grootste partij van het land is geworden, is klein. Hetzelfde geldt voor het idee van oud-journalist Walter Zinzen om in de toekomst de premierstrijd te laten uitvechten tussen toppolitici met een *running mate* uit het andere taalgebied (*De Standaard*, 29 juni 2010). In Nederland wordt overigens al een jaar of veertig gedebatteerd over voorstellen tot wijziging van het kiesstelsel en andere institutionele veranderingen. Het heeft vooralsnog weinig opgeleverd en op dit moment kan geen partij er enig enthousiasme voor opbrengen.

6. Conclusie: verschillende campagnes, vergelijkbare problemen?

België en Nederland hebben nog steeds kenmerken van een consensusdemocratie, maar sinds de jaren '60 hebben zich een aantal belangrijke verschillen ontwikkeld. De regionale breuklijn in België, en de daarmee samenhangende communautaire kwestie, heeft tot ingrijpende institutionele veranderingen geleid. Een deel van de verschillen in de campagne, bijvoorbeeld de afwezigheid van een strijd om het premierschap in 2010, kan daaruit verklaard worden. De relatief geringe media-aandacht in Vlaanderen voor de recente campagne zou hiermee kunnen samenhangen. Door de snelle opeenvol-

gende (regionale en federale) verkiezingscampagnes en het ontbreken van aansprekende kandidaten voor het premierschap worden de media niet sterk gestimuleerd tot het intensief volgen van de campagne. De grotere aandacht in Nederland voor infotainment en (bijna dagelijkse) peilingen lijkt echter in de eerste plaats voort te komen uit de sterkere concurrentie op de Nederlandse mediamarkt.

De recente Nederlandse campagne lijkt inhoudelijker en concreter dan in België, waar de verschillende partijen de kaarten voor de borst houden om in de formatiebesprekingen meer vrijheid te hebben. In Nederland kiezen de partijen (sinds 2002) voor meer concrete stellingnames en beloftes aan de kiezer. Afgewacht moet worden wat dat zal betekenen voor de kabinetsformatie en het vertrouwen in de verschillende partijen. Ondanks de verschillen in kiesstelsel en de verschillen in de campagnes delen Vlaanderen en Nederland echter twee belangrijke problemen: een sterk versnipperd politiek landschap met een hoge volatiliteit en kiezers die weinig directe invloed hebben op de samenstelling van de regering. Dit gebrek aan invloed van de kiezers in een consensusdemocratie is het kenmerk waar de mondige burger het steeds moeilijker mee heeft.

Noten

1. Het politieke en sociale leven in België was met de Koningskwestie (1950) en de massale stakingen tegen de Eenheidswet (1960/61) wel minder gepacificeerd dan in Nederland.

VERKIEZINGSCAMPAGNES IN BELGIË EN NEDERLAND

2. Bij de Kamerverkiezingen functioneren de kieskringen als een kiesdistrict, waarbij het aantal zetels per kieskring bepaald wordt door het aantal inwoners. Deze verdeling uit zich ook in het verschillend aantal zetels per taalgemeenschap: 91 Nederlandstalig en 59 Franstalig. De Senaat kent 40 direct gekozen leden (25 Nederlandstalig en 15 Franstalig), 21 indirect gekozen leden uit de parlementen van de Gemeenschappen en 10 gecoöpteerde leden. Politici mogen slechts kandidaat zijn op een lijst voor één van beide parlementen.
3. Er waren federale verkiezingen in 2003, 2007 en 2010, regionale verkiezingen in 2004 en 2009 en lokale verkiezingen in 2000 en 2006.
4. In 2006 gaven de belangrijkste Nederlandse partijen gezamenlijk bijna negen miljoen uit op 12 miljoen kiezers (Van Praag & Brants, 2008). Individuele kandidaten geven nauwelijks geld uit. In 2007 spendeerden de Belgische partijen ruim 20 miljoen euro voor maar zeven miljoen kiezers (12 miljoen door de Vlaamse partijen en 8 miljoen door Fransstalige partijen). Ongeveer één vierde van dat bedrag wordt door de kandidaten zelf bijgedragen (Maddens *et al.*, 2007). In België is het in tegenstelling tot in Nederland niet ongebruikelijk dat kandidaten in hun eigen campagne investeren. Bovendien zijn er omwille van de regionale kieskringen veel meer kandidaten. In 2010 namen in België maar liefst 3.445 kandidaten deel aan de verkiezingen voor Kamer en Senaat. In Nederland namen 19 lijsten deel aan de Tweede Kamer verkiezingen met gezamenlijk 676 kandidaten.
5. In België is de campagnefinanciering vrij strikt geregelementeerd, na enkele schandalen. De Nederlandse wetgever is in vergelijking eerder lankmoedig. Sinds 1999 moeten giften boven de 4.538 euro openbaar gemaakt worden, tenzij de schenker daar ernstig bezwaar tegen heeft; dan volstaat een vage algemene omschrijving van de schenker. Politieke discussies sinds 2002 over de aanscherping van de wet hebben tot nu toe niet tot een wetswijziging geleid.
6. Uit cijfers van de twee van de voornaamste Vlaamse krantenuitgeverijen (Corelio en Concentra) blijkt dat de verschillende partijen in deze campagne meer geld hebben besteed aan advertenties, omdat de tijd voor het maken, drukken en verspreiden van verkiezingsfolders ontbrak (*De Morgen*, 10 juni 2010).
7. De VVD gaf volgens haar penningmeester 1,5 miljoen euro uit aan tv-spots, advertenties in dagbladen en posters in bushokjes (*de Volkskrant*, 26 juni 2010). In totaal gaf de VVD ongeveer 1,85 miljoen uit, bijna twee keer zoveel als in 2006.
8. Deze cijfers werden ter beschikking gesteld door Het Nieuws (VTM) en Indigov Politics, waarvoor dank.
9. Uit cijfers van de Nieuwsmonitor bleek het thema 'Economie en werkgelegenheid' in de helft van de krantenartikelen te worden vermeld in de lange aanloop naar de verkiezingen (zie rapport *Immigratie een onzichtbare kracht voor de PVV*; www.nieuwsmonitor.net). Uit een krantenanalyse van het Center for Political Communication (UvA) blijkt eveneens dat economie en bezuinigen sterk het nieuws domineerden (<http://www.polcomm.org/verkiezingen-in-nederland>).

10. Uit een analyse van de Mediatracker van de UvA blijkt dat de voornaamste dagbladen in Nederland in de maand mei bijna twee keer zo vaak naar het CPB verwezen als tijdens dezelfde periode in 2006.

11. Uit een inhoudsanalyse van de Vlaamse politieke berichtgeving in campagnetijd blijkt dat het thema staats hervorming in 2003 nog bijna afwezig was (10de plaats van 15 inhoudelijke thema's), maar in 2007 al was opgekomen in de thematische hitparade naar de tweede (kranten) en derde (TV-nieuws) plaats (Van Aelst, 2008). Voor 2010 zijn op dit moment nog geen cijfers beschikbaar.

12. In Franstalig België heerste volgens Alain Gerlache, voormalig directeur van de publieke omroep RTBF, zelfs een omerta over de invulling van de staats hervorming. Elk voorstel tot compromis wordt er gezien als een teken van zwakte (*De Standaard*, 8 juni 2010).

13. Tot de jaren zestig hadden partijen als de PvdA en de KVP vaak wel vier of meer lijsttrekkers (Toonen, 1992). Na 1967 is dat niet meer voorgekomen. Alleen GroenLinks heeft in 1994 nog een keer met twee lijsttrekkers campagne gevoerd maar dat was weinig succesvol.

14. Deze cijfers zijn niet vergelijkbaar met België waar kiezers een lijststem kunnen uitbrengen of meerdere voorkeurstemmen. In Nederland kan men niet op de partij stemmen, enkel op de lijsttrekker of op een andere kandidaat op de lijst.

15. De Vlaamse krant *De Standaard* kondigde haar online verkiezingsberichtgeving aan met

volgende slogan: "Wie wordt de nieuwe eerste minister van België?" later aangepast naar "Welke eerste minister zal België redden?".

16. Volgens een analyse van de krantenberichtgeving door politicologen De Swert en Hooghe kreeg Bart De Wever 20% van alle aandacht voor politici in vier Vlaamse kranten, dubbel zoveel als achtervolgers Yves Leterme (CD&V) of Alexander De Croo (Open VLD) (*De Standaard*, 12 juni 2010).

17. Bij de verkiezingen van 2007 opteerden de grootste partijen en de media ervoor om een echte presidentiële campagne te voeren. Dit gebeurde omwille van de nooit eerder vertoonde situatie waarbij de Vlaamse Minister-President (Leterme) de zittende federale premier (Verhofstadt) uitdaagde. Sp.a-voorzitter Vande Lanotte zag zich vervolgens gedwongen om zich ook als kandidaat-premier naar voor te schuiven. Deze drie kopstukken kregen een naar Belgische normen ongewoon groot deel van de media-aandacht voor hun partij (Van Aelst, 2008).

18. Voor meer informatie over dit initiatief: www.paviagroup.be.

Bibliografie

- Bardi, L. & Mair, P. (2008). The Parameters of Party Systems. *Party Politics*, 14 (2), 147-166.
- Deschouwer, K. (2002). The Colour Purple; The End of Predictable Politics in the Low Countries. In P. Webb, D. Farrell & I. Holliday (Eds.), *Political Parties in Advanced Industrial Democracies* (pp 151-180). Oxford: Oxford University Press.

- Deschouwer, K. (2004). Political Parties and their Reactions to the Erosion of Voter Loyalty in Belgium: Caught in a Trap. In P. Mair, W.C. Muller & F. Plasser (Eds.) *Political Parties and Electoral Change* (pp. 179-206). London: Sage.
- Deschouwer, K. (2009). *The Politics of Belgium. Governing a Divided Society*. New York: Palgrave Macmillan.
- Deschouwer, K & Hooghe, M. (2005). *Politiek. Een inleiding in de politieke wetenschappen*. Amsterdam: Boom.
- De Winter, L., Swyngedouw, M. & Dumont, P. (2006). Party System(s) and Electoral Behavior in Belgium: From Stability to Balkanisation. *West European Politics*, 29 (5), 933-956.
- Kleinnijenhuis, J., Scholten, O., van Atteveldt, W., van Hoof, A., Krouwel, A., de Ridder, J.A., Ruigrok, N. & Takens, J. (2007). *Nederland vijfstromenland: de rol van de media en stemwijzers bij de verkiezingen van 2006*. Amsterdam: Uitgeverij Bert Bakker.
- Kriesi, H., Grande, E., Lachat, R., Dolezal, M., Bornschieer, S. & Frey, T. (2006). Globalization and the Transformation of the National Political Space: Six European Countries Compared. *European Journal of Political Research*, 45, 921-956.
- Lindhout, I. & van Praag, Ph. (2000). Dagbladen: sfeer en interpretatie. In Ph. van Praag & K. Brants (Eds.), *Tussen beeld en inhoud. Politiek en media in de verkiezingen van 1998* (pp. 86-111). Amsterdam: Het Spinhuis.
- Maddens, B., Pilet, J.-B. & Weekers, K. (2007). De uitgaven van de Belgische partijen voor de federale verkiezingen van 10 juni 2007. Leuven, Brussel: Centrum voor Politicologie, KULeuven Cevipol ULB, p. 9.
- Mair, P. (2008). Electoral Volatility and the Dutch Party System: A Comparative Perspective. *Acta Politica*, (43), 235-253.
- Toonen, S. (1992). *Op zoek naar charisma: Nederlandse politieke partijen en hun lijsttrekkers 1963-1986*. Amsterdam: VU Uitgeverij.
- Van Aelst, P. (2007). *Toeschouwer, speler of scheidsrechter? Een studie naar de rol van de media in de verkiezingscampagne van 2003*. Brugge: Vanden Broele.
- Van Aelst, P. (2008). De verkiezingscampagne van 2007: Communautair en presidentieel? *Res Publica Jaarboek 2007*, 19-36.
- Van Holsteyn, J.J.M. & Andeweg, R.B. (2008). 'Niemand is groter dan de partij'. Over de personalisering van de Nederlandse electorale politiek. In *Jaarboek Documentatiecentrum Nederlandse Politieke Partijen 2006* (pp. 105-134). Groningen: RUG.
- Van Praag, Ph. & Brants, K. (2000). Het televisienieuws: Inhoud en Strijd. In Ph. van Praag & K. Brants (Eds.) *Tussen beeld en inhoud. Politiek en media in de verkiezingen van 1998*. (pp. 58-85). Amsterdam: Het Spinhuis.
- Van Praag, Ph. & Brants, K. (2008). Professioneler, harder en populistischer. Veranderingen in de campagnecultuur na 2002. *Bestuurskunde*, 17 (3), 22-29.
- Walgrave, S., Van Aelst, P. & Nuytemans, M. (2008). Do the Vote Test: The Electoral Effects of a Popular Vote Advice Application at the 2004 Belgian Elections. *Acta Politica*, 43, 50-70.

Bijlage

Verkiezingsuitslagen in België en Nederland

Vlaanderen (Senaat)	2007	2010	% verschil
CD&V	(31,4)	16,2	
Groen!	5,9	6,3	+0,4
N-VA	–	31,7	
SP.A	16,2	15,3	-0,9
Vlaams Belang	19,2	12,3	-7,0
Open VLD	20,1	13,3	-6,7
Lijst Dedecker	5,5	3,3	-2,2
Overige	1,7	1,6	-0,1
Franstalig België (Senaat)	2007	2010	% verschil
PS	26,8	35,7	8,9
MR	32,2	24,3	-7,9
CDH	15,5	13,5	-2,0
Ecolo	15,2	14,3	-0,9
Overige	10,3	12,2	+1,9
Nederland (Tweede Kamer)	2006	2010	% verschil
CDA	26,5	13,6	-12,9
PvdA	21,2	19,6	-1,4
VVD	14,7	20,5	+5,8
SP	16,6	9,8	-6,8
GroenLinks	4,6	6,7	+2,1
D66	2,9	7,0	+4,1
PVV	5,9	15,5	+9,6
ChristenUnie	4,0	3,2	-0,8
SGP	1,6	1,7	+0,1
PvdD	1,8	1,3	-0,5
TON (Verdonk)	–	0,6	+0,6
Overige	1,2	0,5	-0,7

De uitslagen van België zijn afkomstig van de website met officiële uitslagen: <http://verkiezingen2010.belgium.be/nl/>. Het gaat om de uitslagen voor de Senaat voor het Franstalig kiescollege en het Nederlandstalig kiescollege. De uitslagen voor de Kamer van Volksvertegenwoordigers wijken lichtjes af van deze voor de Senaat maar veranderen weinig aan de onderlinge krachtverhoudingen. De vergelijkingen tussen beide verkiezingsperiodes is onmogelijk voor CD&V en N-VA die in 2007 in kartel opkwamen. SP.A kwam in 2007 nog in kartel op met Spirit in 2010 trok de partij alleen naar de kiezer.