



Masterproef Politieke Communicatie

Welke factoren staan garant voor electoraal succes?
De Antwerpse gemeenteraadsverkiezingen van 2012.

Ellyne Temmerman



Promotor: Prof. Dr. P. Van Aelst
Verslaggever: Prof. Dr. P. Thijssen

Master Politieke Communicatie (www.politiekecommunicatie.be)
s0113011
Faculteit Politieke en Sociale Wetenschappen
Academiejaar 2012-2013.



Masterproef Politieke Communicatie

Welke factoren staan garant voor electoraal succes?
De Antwerpse gemeenteraadsverkiezingen van 2012.

Ellyne Temmerman



Promotor: Prof. Dr. P. Van Aelst
Verslaggever: Prof. Dr. P. Thijssen

Master Politieke Communicatie (www.politiekecommunicatie.be)
s0113011
Faculteit Politieke en Sociale Wetenschappen
Academiejaar 2012-2013.

VOORWOORD

“No duty is more urgent than that of returning thanks.”

(James Allen)

Een masterproef is een werk van lange adem en deze schrijf je dan ook niet alleen. Zonder hulp, steun en kritische noten van verschillende personen zou deze masterproef niet zijn wat hij nu is. Ik wil dan ook graag enkele mensen uitvoerig bedanken.

Allereerst gaat mijn uiterste dank uit naar mijn promotor Prof. Dr. Peter Van Aelst voor de uitstekende begeleiding. Hij kon mij dankzij zijn grote deskundigheid binnen het vakgebied ondersteunen en nuttige feedback geven. Bovendien zorgde zijn kritische blik ervoor dat deze masterproef tot een hoger niveau getild kon worden.

Evenzeer Prof. Dr. Peter Thijssen verdient een woordje van dank. Door het aanleveren van data werd het mogelijk om mijn analyses te vervolledigen.

Als ook Dr. Ir. Gorik De Samblanx hoort een woordje van dank te ontvangen voor de statistische hulp bij twijfels.

Daarnaast mogen ook mijn vrienden niet vergeten worden. Hun woorden van steun en het oneindige geduld wanneer ik weer eens geen tijd had, werden ten zeerste geapprecieerd. In het bijzonder zou ik graag Kirsten van Camp, Sarah Thijs en Gino Van Gool bedanken voor het vele naleeswerk.

Verder geldt dit ook voor mijn ouders. Zonder hun steun was dit alles niet mogelijk geweest.

Als laatste zou ik mijn vriend Wim willen bedanken voor de kleine en de grote dingen die hij mij uit handen nam, waardoor ik tijd kon spenderen aan het schrijven van deze masterproef.

INHOUD

Voorwoord.....	i
Lijst van tabellen	v
Lijst van Figuren.....	v
Lijst met afkortingen	v
Samenvatting.....	vi
Deel 1: Situering van het onderzoek.....	1
1. Inleiding & Probleemstelling.....	1
2. Relevantie	2
2.1 Maatschappelijke relevantie	2
2.2 Wetenschappelijke relevantie	3
3. Opbouw.....	3
Deel 2: Theoretisch kader.....	5
1. Politiek.....	5
1.1 Institutioneel	5
1.2 Maatschappelijk.....	7
2. Kiezer.....	8
2.1 De besluiteloze en wantrouwende kiezer	8
2.2 De kiezer en de voorkeurstem	9
3. Media	10
3.1 Media & Politiek	10
3.2 Personalisering in de media	11
3.3 Agendasetting.....	11
3.4 Priming.....	12
4. Gevolgen.....	13

Deel 3: Verklaringen	15
1. Demografische factoren.....	15
1.1 Geslacht.....	15
1.2 Etnische afkomst.....	16
2. Beroep & Verenigingsleven.....	17
3. Bekendheid uit niet-politieke sferen.....	18
4. Media-aandacht.....	19
5. Aanwezigheid op het internet.....	21
6. Politiek mandaat.....	23
7. Verkiezingsuitgaven.....	23
8. Plaats op de lijst	24
9. Resultaat van de lijst.....	26
Deel 4: Hypotheses	27
Deel 5: Methode.....	28
1. Afbakening van het onderzoek.....	28
2. Variabelen.....	28
2.1 Socio-Demografische variabelen.....	28
2.2 Bekendheid uit andere maatschappelijke sferen	28
2.3 Media - aandacht	29
2.4 Internet	31
2.5 Politiek Mandaat	32
2.6 Verkiezingsuitgaven	33
Deel 6: Resultaten	35
1. Beschrijving van de data: Voorkeurstemmen.....	35
2. Voorkeurstemmen en Media-aandacht.....	38
3. Multivariate analyse.....	39

3.1	Met lijsttrekkers	40
3.2	Zonder lijsttrekkers	43
3.3	Analyse zonder lijsttrekkers en zonder PVDA+	45
3.4	Conclusie	47
Deel 6: Discussie		51
1.	Terugkoppeling naar de literatuur.....	51
2.	Beperkingen van het onderzoek	52
3.	Toekomstig onderzoek.....	53
4.	Conclusie	54
Deel 7: Bibliografie		55
Deel 8: Bijlagen		61
1.	Lijst van kandidaten van Allochtone afkomst.....	61
2.	Lijst van BV's	63
3.	Logaritmische functie met voorkeurstemmen.....	64

LIJST VAN TABELLEN

Tabel 1: Top tien van kandidaten met meeste vermeldingen in kranten.....	29
Tabel 2: Spreektijd per kandidaat bij nieuwsitems van ATV, in seconden.....	30
Tabel 3: Online aanwezigheid, per partij.....	32
Tabel 4: Twintig kandidaten met meeste voorkeurstemmen.....	35
Tabel 5: Regressiescores met voorkeurstemmen als afhankelijke variabele.....	38
Tabel 6: Regressiescores met log(voorkeurstemmen) als afhankelijke variabele.....	40
Tabel 7: Regressiescores met log(voorkeurstemmen) als afhankelijke variabele, exclusief lijsttrekkers.....	43
Tabel 8: Regressiescores met log(voorkeurstemmen) als afhankelijke variabele, exclusief lijsttrekkers en PVDA+.....	46
Tabel 9: Samenvatting van de hypotheses.....	49

LIJST VAN FIGUREN

Figuur 1: Verdeling voorkeurstemmen met alle kandidaten.....	36
Figuur 2: Verdeling voorkeurstemmen, exclusief lijsttrekkers.....	37
Figuur 3: Histogram Log(voorkeurstemmen) met alle kandidaten.....	64

LIJST MET AFKORTINGEN

BV	Bekende Vlaming
EU	Europese Unie
VB	Vlaams Belang

SAMENVATTING

Voorkeurstemmen bepalen steeds vaker welke kandidaten verkozen zijn en een mandaat mogen opnemen. Vandaar dat in dit werk dieper ingegaan zal worden op de factoren die deze persoonlijke successen kunnen verklaren. Er werd gewerkt met data rond de gemeenteraadsverkiezingen van 2012 in Antwerpen. In totaal werden 330 kandidaten onderzocht uit zes verschillende partijen (Open VLD, N-VA, Vlaams Belang, de StadslIJst, Groen! en PVDA+).

Uit de resultaten bleek dat geslacht, etniciteit, media-aandacht, internet, politieke mandaten, plaats op de kieslijst en resultaat van de lijst een grote rol spelen. Zo kregen vrouwelijke kandidaten meer voorkeurstemmen dan mannen. Voor kandidaten van allochtone afkomst geldt hetzelfde: kandidaten van allochtone afkomst waren succesvoller dan deze van autochtone afkomst. Kandidaten die veel media-aandacht gekregen hebben, hetzij van dagbladen of van televisie, zijn electoraal populairder. Internet blijkt ook een verklarende factor te zijn: kandidaten die online aanwezig zijn, kunnen rekenen op meer stemmen. Verder hebben de voorafgaande politieke mandaten ook een plaats: kandidaten die politieke ervaring hebben, krijgen gemiddeld gezien meer voorkeurstemmen. Tenslotte zijn eveneens de volgorde van de lijst en het resultaat van de lijst redenen voor electoraal succes. De besproken factoren verklaren samen meer dan 86 procent van de variantie van voorkeurstemmen.

Sleutelwoorden: Voorkeurstemmen, Media, Lokale verkiezingen.

DEEL 1: SITUERING VAN HET ONDERZOEK

1. INLEIDING & PROBLEEMSTELLING

Verkiezingen waren/zijn/blijven een strijd.

Vroeger was na het opmaken van de volgorde van de kieslijst, de zwaarste strijd gestreden. Dit is echter niet langer het geval. Door allerlei veranderingen, institutioneel en maatschappelijk, worden de kiescampagnes en verkiezingen op zich steeds belangrijker. Het is niet meer zo dat de interne zetelverdeling op voorhand bepaald is. Een gevolg hiervan is dat de electorale competitie zich niet enkel afspeelt tussen partijen, maar ook binnen partijen. De strijd was vroeger vaak beslecht op het moment dat de lijstvorming voltooid was. Nu begint het dan pas (Maddens & Put, 2008). Door de hervormingen wordt het electoraat bovendien aangemoedigd om gebruik te maken van de voorkeurstem. Op deze manier is het voor iedereen mogelijk om zijn of haar ongenoegen te laten blijken.

Voorkeurstemmen worden daardoor vaker gebruikt (Marsch, 1985; Popkin, 1994; Dalton, 1999; Wauters, 2010). Bij de gemeenteraadsverkiezingen die later in deze masterproef onder de loep genomen worden, gebruikte zowat 80 procent van de kiezers voorkeurstemmen om zijn mening uit te drukken. Voorkeurstemmen worden echter na de verkiezingen ook belangrijker. Dan wordt door de partijen vaak gekeken naar de volgorde nadat deze een nieuwe rangorde gekregen heeft door het aantal voorkeurstemmen. In vele gevallen is het deze nieuwe volgorde die bepaalt wie welk mandaat kan krijgen. Zo doorbrak 27 procent van de verkozen kandidaten de natuurlijke volgorde. Dit wil zeggen dat meer dan één op vier verkozenen verkozen werd door zijn eigen voorkeurstemmen. Deze mensen zouden, in het vroegere systeem, dus niet verkozen zijn. Het is dan ook niet verwonderlijk dat verkiezingen op termijn steeds meer als een populariteitspoll gezien worden (van Liefveringe & Steyvers, 2009).

Gezien het belang van het onderwerp in de hedendaagse politieke context is het niet meer dan logisch dat er onderzocht wordt welke kenmerken of determinanten dat voorkeurstemmen kunnen verklaren. Zijn er bepaalde factoren die meer voorkeurstemmen opleveren? Kunnen kandidaten en partijen hierop inspelen? In deze verhandeling zal er getracht worden om bloot te leggen welke factoren cruciaal zijn om een specifieke kandidaat persoonlijk te steunen door hem of haar een persoonlijke stem toe te kennen. Het onderzoek zal daarbij gebruik maken van data rond de gemeenteraadsverkiezingen van 2012 in Antwerpen. Vandaar de onderzoeksvraag:

RQ1: Welke factoren/determinanten verklaren de persoonlijke score van kandidaten bij de lokale verkiezingen van 2012 in Antwerpen?

Verder is het de bedoeling om te achterhalen welke rol media hierin spelen. Vandaar de volgende onderzoeksvraag:

RQ2: En in welke mate zijn media van belang in dit hele proces?

2. RELEVANTIE

2.1 MAATSCHAPPELIJKE RELEVANTIE

Voorkeurstemmen worden steeds belangrijker, omdat de invloed die ze hebben, stijgt. Zo zorgt men ervoor dat voorkeurstemmen door institutionele ingrepen meer impact kunnen hebben, maar ook kiezers zien voorkeurstemmen hoe langer, hoe meer als een tactisch instrument. Het kiespubliek kan, door gebruik van deze persoonlijke stemmen, bepaalde kandidaten een extra duwtje in de rug geven.

Na de verkiezingen, bepalen de voorkeurstemmen dan weer welke kandidaten verkozen zijn. Bijkomend speelt het ook steeds meer een rol in de verdeling van mandaten. Aangezien de wetgever de voorkeurstem kracht heeft bijgezet, is het democratisch om deze te gebruiken als middel om de interne hiërarchie in een gemeente, een partij, het parlement, etc. te bepalen. Voorkeurstemmen kunnen met andere woorden, ook bepalend zijn bij het intern opklimmen binnen de partij (Wauters, Weekers & Pilet, 2004).

Deze masterproef focust zich bovendien op lokale verkiezingen. Bij lokale verkiezingen worden meer voorkeurstemmen uitgedeeld dan bij regionale of federale. Dit doet vermoeden dat kiezers zich persoonlijker betrokken voelen ten opzichte van kandidaten, en dat de afstand tussen beiden op lokaal niveau kleiner is (Thijssen & Jacobs, 2004). Zo stemden bij de federale verkiezingen van 2010 net geen zestig procent van de kiezers bij voorkeurstem (Wauters, 2010). Terwijl dit bij de gemeenteraadsverkiezingen van 2012 (in Antwerpen) tachtig procent bedroeg.

Tenslotte is dit onderzoek ook relevant voor politieke partijen en politici. Men kan zo achterhalen welke factoren of eigenschappen van kandidaten relevant zijn om een betere electorale score te halen. Partijen kunnen dit op een zodanige manier aanpakken dat men met de meest ideale kandidaten naar buiten kan komen. Dit geldt evenzeer voor de individuele politicus: deze kan zich hierdoor onderscheiden binnen de partij. Er ligt ook een link naar de politieke marketing: onderzoek zoals dit kan essentieel zijn om een geslaagde campagne uit te voeren.

2.2 WETENSCHAPPELIJKE RELEVANTIE

Stemgedrag is ook binnen de academische wereld een interessant onderzoekstopic. Omdat er opkomstplicht is in België, is het belangrijk om te weten hoe bepaalde groepen van mensen stemmen en vooral ook waarom. Een vaak gebruikt onderscheid is tussen kiezers met veel politieke kennis en kiezers met minder politieke kennis. Dit gaat vaak gepaard met al dan niet interesse in het politieke systeem. Men wil graag weten waarom bepaalde groepen kiezers voor een bepaalde kandidaat stemmen. Het is mogelijk dat er een verschil is tussen burgers en de redenen waarom men op een kandidaat stemt. De ene is misschien meer partij- of programmagericht, terwijl de andere meer naar bepaalde kandidaten zelf kijkt. Daarin komt onderzoek naar stemvoorkeur wel van pas, aangezien men ook de andere kant van de medaille, zijnde de kandidaten, moet belichten.

Bovendien is het opmerkelijk dat het percentage voorkeurstemmen steeds toeneemt. Zo bracht twintig jaar geleden slechts een derde van het electoraat een voorkeurstem uit, terwijl dit tien jaar geleden al gestegen was naar ruim zestig procent (Wauters, 2003). Ondertussen is dit percentage verder blijven klimmen: bij de gemeenteraadsverkiezingen die we in dit werk onderzoeken ging het over 79 procent. Dit wil zeggen dat bijna vier op vijf kiezers stemden bij voorkeurstem.

Tot slot geven mensen meer voorkeurstemmen op het lokale niveau, waardoor deze belangrijker worden. Bij de federale verkiezingen van 2010 doorbrak slechts 10,6 procent van de verkozenen de natuurlijke lijstvolgorde, terwijl dit bij de gemeenteraadsverkiezingen van 2012 in Antwerpen daarentegen, maar liefst 27 procent bedroeg. Dit wil zeggen dat er op lokaal niveau meer voorkeurstemmen gegeven worden aan lager gerangschikte kandidaten, anders kunnen deze niet doorbreken (Maddens, Weekers, Fiers & Vanlangenakker, 2007; Verleden, 2009).

3. OPBOUW

Ten eerste wordt de politieke situatie in België overlopen, waarbij onder meer wordt gekeken naar institutionele kenmerken van het Belgische kiessysteem. Vervolgens zal de meer maatschappelijke achtergrond van de Belgische maatschappij overlopen worden. De focus zal vooral te vinden zijn bij de factoren die er mede voor gezorgd hebben dat er institutionele veranderingen nodig waren in de politieke context.

Ten tweede wordt ook de kant van de kiezer belicht. Meer specifiek komen de gevolgen van bovenstaande maatschappelijke evolutie aan bod. Vooral de weerslag die dit alles gehad heeft op het electoraat en meer specifiek op het kiesgedrag en het gebruik van de voorkeurstem zullen aan bod komen.

Ten derde worden de media onder de loep genomen. Opnieuw zullen de maatschappelijke veranderingen en hun invloed, meer specifiek op media en politiek en de relatie tussen beiden, besproken worden. Nadien zal er dieper ingegaan worden op de media-effecten. Het is al vaker bewezen dat de media een substantiële invloed hebben op electoraal succes, maar het is de bedoeling om uit te leggen waarom de media een effect zou hebben. Zo wordt er, om af te sluiten, ook gekeken hoe de personaliseringstheorie daarin past, alsook theorieën zoals *agendasetting* en *priming*.

Nadien worden de vooropgestelde hypotheses en de gebruikte methode kort besproken. Daarna wordt er overgegaan tot de resultaten. Na de resultaten volgt er, ter afsluiting, nog een discussie en conclusie.

DEEL 2: THEORETISCH KADER

1. POLITIEK

In dit gedeelte zullen de institutionele aanpassingen besproken worden die ingevoerd zijn in het Belgisch kiessysteem. Verder worden ook een aantal maatschappelijke evoluties besproken die invloed gehad hebben op het kiesgedrag. Om af te sluiten zal de trend richting meer personalisering in politiek aangehaald worden, omdat dit een belangrijk gegeven is in relatie tot voorkeurstemmen.

1.1 INSTITUTIONEEL

Het kiessysteem is cruciaal bij onderzoek naar voorkeurstemmen. Vooreerst wordt aan de hand van het gehanteerde kiessysteem bepaald of er voorkeurstemmen gegeven kunnen worden, uit hoeveel kandidaten men kan kiezen, hoe de stemmen verdeeld worden enzovoort. Men hanteert in België een evenredig kiessysteem. Dit systeem is de laatste decennia echter stevig aangepast. Zo zijn er tussen 1994 en 2006 verschillende hervormingen doorgevoerd om de invloed die de lijstvolgorde heeft, zoals vastgelegd door de partij, te verminderen. Het doel hiervan was om kiezers meer en meer inspraak te geven in welke kandidaten effectief verkozen zijn, op die manier kan de link tussen burgers en politiek versterkt worden. In 1994 werd de volledige voorraad lijststemmen overgedragen in de volgorde van de lijst. In 2000 werd deze voorraad eerst gehalveerd voor deze verdeeld werd. In 2006 werd echter beslist dat slechts een derde van de lijststemmen overgedragen zou worden. Hierdoor wordt 2/3 van de lijststemmen aan geen enkele kandidaat toegekend. De kracht van een voorkeurstem is, als gevolg van deze institutionele aanpassingen, aanzienlijk vergroot (Wauters, Verlet & Ackaert, 2010). Dit heeft als consequentie dat de volgorde van de kandidaten op de kieslijst een minder grote rol speelt (Hooghe, Noppe & Maddens, 2003). Met andere woorden: politici krijgen minder stemmen van de partij en moeten het steeds meer op zichzelf klaarspelen. Dit alles heeft als gevolg dat er niet enkel concurrentie ontstaat tussen de partijen en de kieslijsten, maar ook tussen de verschillende kandidaten op eenzelfde lijst (Marsh, 1985).

Sinds de institutionele aanpassingen hanteert men dus een systeem van evenredige vertegenwoordiging met open kieslijsten. Dit wil zeggen dat kiezers de mogelijkheid hebben om de lijstvolgorde te veranderen door middel van voorkeurstemmen. Wanneer er echter veel lijststemmen uitgebracht worden, is de verandering van de lijstvolgorde veeleer beperkt. Op dat moment sluit het systeem nauwer aan bij een gesloten lijststelsel. Indien het percentage voorkeurstemmen eerder hoog is, zijn de lijststemmen veeleer beperkt en bijgevolg functioneert het systeem als een open lijst. Veel hangt dus af van de kiezers zelf. Het zijn namelijk de kiezers

die bepalen wie over de mandaten kan beslissen: kiezers of partijen. De kiezer lijkt deze machtspositie te aanvaarden: in 80% van de Vlaamse gemeenten speelt het aantal voorkeurstemmen dat een kandidaat haalt een cruciale rol bij het toewijzen van mandaten (Ackaert, 1996). Men zou bijna kunnen zeggen dat verkiezingen voor sommige kandidaten een soort populariteitspoll geworden zijn (van Liefferinge & Steyvers, 2009). Maar het gaat verder dan dat: het idee erachter gaat uit van de steeds slechtere relatie tussen het electoraat en de politiek. De wijzigingen hadden als doel om meer nadruk op individuele politici te leggen, en niet langer op de partijen. Het was een bewuste institutionele verschuiving om een aandeel van de macht van de politieke partijen over te dragen naar het electoraat.

Verder speelt ook de regelgeving rond het vreemdelingenstemrecht een rol. Het is immers mogelijk dat burgers van allochtone afkomst vaker een stem geven aan kandidaten van allochtone afkomst die op een kieslijst staan. Het systeem werkt echter in beide richtingen: het kan burgers aanzetten om net wel of net niet op een bepaalde kandidaat te stemmen. In België hadden EU-burgers stemrecht voor de gemeenteraadsverkiezingen van 2012 indien men op de dag van de verkiezingen minstens 18 jaar is en ze ten laatste op 31 juli ingeschreven waren in de bevolkingsregisters en op de kieslijst van de desbetreffende gemeente. Daarnaast kunnen ook burgers van buiten de EU stemrecht verkrijgen voor de gemeenteraadsverkiezingen. Daarvoor geldt er echter een bijkomende regel: men moet reeds vijf jaar ononderbroken een hoofdverblijfplaats in België hebben (Kruispunt Migratie-Integratie, 02.07.2012). Zulke regels zijn van belang omdat het aandeel allochtone kiezers steeds groter wordt: bij de gemeenteraadsverkiezingen van 2012 in Antwerpen was ruim dertig percent van de stemgerechtigden van allochtone afkomst (ATV, 02.10.2012).

Ten derde is de opkomstplicht van belang. Meer dan een vierde van de kiezers geeft aan dat ze niet langer zouden gaan stemmen indien de opkomstplicht afgeschaft zou worden (Hooghe, Marien & Pauwels, 2010; Hooghe & Walgrave, 2010). Vooral lager geschoolden zijn minder bereid om vrijwillig aan verkiezingen deel te nemen. Volgens de huidige Belgische verkiezingswetgeving zijn burgers echter bij wet verplicht om aan de verkiezingen deel te nemen. Men kan zich hierbij afvragen of ontevreden, misnoegde kiezers hun ongenoegen uiten door, meer dan anderen, op populistische of extreemrechtse partijen en kandidaten te stemmen? In Vlaanderen werd dit bevestigd: politiek wantrouwen leidt tot een voorkeur voor Vlaams Belang (VB), N-VA of LDD (Hooghe et al, 2010).

Bovendien is het mogelijk dat niet geïnteresseerde kiezers andere criteria gebruiken om kandidaten te beoordelen. Het electoraat zou gebruik kunnen maken van persoonlijkheidskenmerken om kandidaten te beoordelen, terwijl anderen eerder het gevoerde beleid mee in rekening zou genomen hebben. Dit is, volgens Popkin (1994) zo, omdat kiezers "shortcuts" proberen zoeken om de beoordelingen makkelijker te maken voor zichzelf. Doordat

België een systeem van opkomstplicht hanteert, spelen deze persoonlijke eigenschappen voor sommige delen van het electoraat vaker een rol (Sennett, 1974). Bovendien, wordt er in België ook verwacht dat er evenveel mannen als vrouwen op de kieslijsten terug te vinden zijn. Deze pariteit kan belangrijk zijn omdat kiezers het geslacht van een kandidaat als indicatie kunnen gebruiken om hier net wel of net niet op te stemmen. Dit kan een voorbeeld zijn van een zogenaamde “shortcut” (Popkin, 1994).

Tenslotte zijn ook de verkiezingsuitgaven die kandidaten maken niet onbelangrijk. Deze kunnen onrechtstreeks een effect hebben op het stemgedrag. In België zijn deze bedragen echter begrensd. Zo kon men bij de voorbije gemeenteraadsverkiezingen in Antwerpen, per kieslijst, 45000 euro uitgeven. Per kandidaat bedroeg het maximumbedrag 4880 euro. Door de beperking, niet enkel op de bedragen maar ook op de campagnemiddelen, is het voor kandidaten niet mogelijk om zomaar in het wilde weg allerlei dingen te organiseren. Zo zijn bijvoorbeeld reclame spots op televisie en grote reclameborden verboden (Vlaanderen kiest, 16.10.2012).

1.2 MAATSCHAPPELIJK

Sinds de jaren '50 is er veel gewijzigd in het Belgisch kiessysteem. Een van die wijzigingen is de afname van de getrouwheid van kiezers aan partijen (Huysse, 1987). Dit is echter het gevolg van een aantal maatschappelijke ontwikkelingen. Zo is er, als eerste, de ontzuiling. Dit is een trend waarbij burgers niet langer vast geworteld zitten in een gewoonte waarbij men automatisch de verzuilde organisaties volgt. Deze ontkoppeling wordt ook toegepast voor vakbonden, dagbladen, enzovoort (De Bens, 2001). Dit gold evenzeer ook voor politieke partijen. Met als gevolg dat oudere kiezers nog vaker volgens de klassieke zuilenpatronen zullen stemmen dan jongeren (Quintelier & Hooghe, 2010). Dit kan zijn doordat de ouderen hiermee opgegroeid zijn en de situatie altijd zo gekend hebben. Een andere mogelijkheid kan zijn dat men op een leeftijd gekomen is waarbij het leven standvastiger is. Deze laatste verklaring zou als gevolg kunnen hebben dat de verzuiling, vanaf een bepaalde ouderdom, van generatie op generatie overgaat (Quintelier & Hooghe, 2010).

In tegenstelling tot de voorgaande trend die eerder maatschappelijk was, speelt de volgende evolutie zich eerder af bij de burgers zelf. Zo studeert men steeds langer waardoor het opleidingsniveau sterk toegenomen is. Burgers informeren zich ook steeds vaker, men wordt mobieler en men raakt minder verbonden aan levensbeschouwelijke tegenstellingen (Maddens, 1994). Hierdoor leren burgers kritischer te zijn, ook ten opzichte van politiek en politici (Inglehart, 1990; Dalton, 1999).

Een derde en laatste verandering is deze van de welvaartsgroei en de modernisering. Dit ging hand in hand met de stijging van het opleidingsniveau van de Belgische burgers, en de

toename in mobiliteit. Het zijn deze evoluties die ervoor gezorgd hebben dat de maatschappij fundamenteel gewijzigd is sinds de jaren '50 (Huysse, 1987).

Om deze maatschappelijke veranderingen op te vangen heeft men geopteerd om een aantal institutionele wijzigingen door te voeren in het kiessysteem (zie 1.1). De bedoeling van deze hervormingen was dat de banden tussen enerzijds politiek en het lokaal bestuur, en anderzijds, de burger opnieuw aangehaald zouden worden. Men heeft getracht dit doel te bereiken door het gewicht van een voorkeurstem te verhogen. Via deze weg was het mogelijk dat kiezers de geprefereerde politici selecteerden, ook al hadden deze een lager gerangschikte plaats op de kieslijst. Deze veranderingen in het politiek systeem hebben geleid tot een vorm van personalisering in de politiek.

De personalisering waarover het hier gaat, staat beter bekend als de institutionele personalisering (Rahat & Sheaffer, 2007, p. 5). Het wordt gedefinieerd als volgt: *“de adoptie van regels, mechanismen en instituties die meer nadruk leggen op de individuele politicus en minder op de politieke groepen en partijen.”* Een voorbeeld hiervan zijn de hierboven besproken wijzigingen die ervoor gezorgd hebben dat het gewicht en de zichtbaarheid van kandidaten op kieslijsten in België vergroot is (André, Wauters & Pilet, 2010). Een gevolg van deze wijziging is dat er vanaf dan niet enkel concurrentie tussen de verschillende politieke partijen is, maar ook tussen de individuele kandidaten op dezelfde kieslijst (Rahat & Sheaffer, 2007).

2. KIEZER

2.1 DE BESLUITELOZE EN WANTROUWENDE KIEZER

Het stemgedrag van het electoraat is de laatste vijftig jaar sterk gewijzigd. Dit is, onder meer, te wijten aan een aantal maatschappelijke evoluties (zie 1.2). Maar ook de kiezer zelf is geëvolueerd. Zo is er enerzijds het stijgende opleidingsniveau, maar anderzijds ook de verregaande individualisering (Maddens, 2004; Lefevère, Walgrave & Hooghe, 2010). Deze veranderingen hebben heel wat omwentelingen veroorzaakt: zo is het partijlidmaatschap sterk gedaald en is de gewoontestem afgenomen. Bovendien zijn er steeds zwakkere ideologische banden tussen partijen en kiezers. Het electoraat wordt hierdoor steeds wispelturiger, kritischer en besluitelozener waardoor het vertrouwen in de politiek zienderogen daalt (Schultz & Mazzoleni, 1999; Fuchs & Klingeman, 1995). Het electoraat identificeert zich steeds minder met politieke partijen (Inglehart, 1990). Hierdoor wordt het voor het electoraat ook steeds moeilijker om een beslissing te nemen bij verkiezingen. Men twijfelt meer dan vroeger en wacht een lange tijd voordat men een definitieve keuze maakt (Dalton & Wattenberg, 2000; Lefevère et al, 2010). Zelfs na deze keuze blijft men nog twijfelen. Zo gebeurt het zowaar dat tijdens eenzelfde verkiezingscampagne kiezers nog wisselen van geprefereerde partij (Lefevère et al, 2010)

Het politieke systeem heeft echter geprobeerd om dit zoveel mogelijk op te vangen. Zoals al eerder vermeld werd, heeft men enkele institutionele hervormingen doorgevoerd. Door deze hervormingen is ook het publiek de politiek en politici in het bijzonder anders gaan bekijken. Dit heeft een verandering teweeggebracht in de perceptie die men heeft over politiek. Kiezers leggen de focus meer en meer op kandidaten wanneer ze hun stemkeuze bepalen, en dit ter vervanging van politieke partijen (Rahat & Sheafer, 2007). Er is echter weinig wetenschappelijk bewijs dat deze these bevestigt. Enkel in Israël (Arian & Shamir, 2002), waar er ook institutionele veranderingen doorgevoerd zijn, vinden onderzoekers een klein maar constant effect.

2.2 DE KIEZER EN DE VOORKEURSTEM

Al deze veranderingen samen, vormen de oorzaak van waarom het electoraat steeds vaker kiest om voorkeurstemmen aan kandidaten te geven en steeds minder lijststemmen uitbrengt (Marsch, 1985; Popkin, 1994; Dalton, 1999). In de jaren '50 stemde ongeveer 25 procent van het kiespubliek met voorkeurstem, terwijl dit in 2000 reeds 67 procent was. Dit doet zich niet enkel voor op federaal vlak. Bij gemeenteraadsverkiezingen wordt nog meer gebruik gemaakt van de voorkeurstem. Zo gebruikte 66 procent van het electoraat een voorkeurstem bij de gemeenteraadsverkiezingen van 1964 (Wauters, 2010). Bij de voorbije gemeenteraadsverkiezingen steeg dat cijfer tot ongeveer 80 procent.

Om te onderzoeken waarom kandidaten voorkeurstemmen krijgen, kan het ook interessant zijn om de andere kant van de medaille onder de loep te nemen: wie geeft voorkeurstemmen aan kandidaten? André et al (2010) vonden dat kiezers vaak maar één of twee voorkeurstemmen uitbrengen. Amper een derde van de Vlamingen stemt op drie of meer kandidaten. Bovendien geeft een derde van alle kiezers enkel een voorkeurstem aan de lijsttrekker. Verder had enkel leeftijd een effect: zo zijn ouderen eerder geneigd om een voorkeurstem te geven. Opleidingsniveau, geslacht en sociale klasse blijken geen significant verschil te maken. Wat echter belangrijker is, is het sociale kapitaal. Kiezers die lid zijn van een partij hebben meer contact met kandidaten, waardoor de sociale afstand tussen beiden verkleint. Dit heeft als gevolg dat deze leden sneller een voorkeurstem zullen uitbrengen. Zoals nog aangehaald zal worden in deze masterproef, speelt ook de partij waarvoor men stemt een rol. Zo is het bij de traditionele partijen eerder de gewoonte om een meer gepersonaliseerde campagne te voeren. Tot slot blijkt ook dat kiezers die regelmatig kranten lezen vaker voorkeurstemmen uitbrengen (André et al, 2010). Dit wordt bevestigd in Deens onderzoek (Elmelund- Præstekær & Hopmann, 2012): men vond dat kiezers die regionale kranten lazen en de nationale journaals bekeken significant meer voorkeurstemmen gaven dan kiezers die deze media niet gebruikten. Als men dit in het

achterhoofd houdt, is het niet onlogisch dat dit mogelijks een effect heeft op het aantal voorkeurstemmen. Niet elke politicus verschijnt dagelijks of wekelijks in dagbladen. Politici die echter vaak aangehaald worden, zullen automatisch beter bekend zijn bij het deel van het electoraat dat net meer kranten leest en dus ook meer voorkeurstemmen geeft.

3. MEDIA

3.1 MEDIA & POLITIEK

Zoals eerder aangegeven, maakten de media (en dan vooral de geschreven pers) vroeger onderdeel uit van het zuilensysteem. Maar vanaf de jaren '60-'70 werden media stilaan losgekoppeld van zuilen en politiek. De media functioneerden niet langer volgens de wetten van de politiek en de zuilen, maar wel via de eigen medialogica. Ze gingen zich meer distantiëren van andere maatschappelijke instituties en functioneren vandaag de dag nog steeds volgens een eigen logica (Hallin & Mancini, 2004). Deze logica legt de nadruk op het commerciële en de voorkeur van het publiek (Vandenbussche, 2009). Dit is niet merkwaardig aangezien er een onverbidelijke concurrentie tussen de verschillende media bestaat (Haghebaert, 2004).

Intussen is de situatie grondig veranderd: media nemen een centrale plaats in de maatschappij in en zo goed als alle communicatie tussen politiek en burgers verloopt via hen (Baens, 2011). Men spreekt dan van gemedieerde politiek (Bennett & Entman, 2001). De relatie tussen media en politiek blijft een moeilijk gegeven omdat men elkaar hoe dan ook nodig heeft. Politici hebben media nodig om informatie naar het electoraat verspreid te krijgen, om zichzelf zichtbaar en kenbaar te maken bij het publiek maar ook om politieke tegenstanders te kunnen beschadigen (Van Aelst, Shehata & Van Dalen, 2010). Hierdoor hebben de media een ongeziene machtspositie in onze samenleving. Zowel media als politiek beseffen dit goed: indien politici willen communiceren met een grote groep burgers, moeten ze zich schikken en de mediawetten volgen (Baens, 2011). Maar de andere kant moet ook belicht worden: zo hebben media de politici ook nodig omdat het de enige bron van politiek nieuws is. De kring van toppolitici is relatief klein waardoor het belangrijk is om goede contacten te onderhouden met elk van hen.

Wanneer deze relatie echter wijzigt en de media meer controle krijgen over wie en wat men aan het woord laat, kan dit alles vervallen in mediatisatie van politiek (Mazzoleni & Schulz, 1999). Politieke bronnen komen dan langzaam aan onder invloed van massamedia en beginnen er ook meer en meer afhankelijk van te worden. Op dit punt begint de politiek zichzelf deels aan te passen aan de media wetten. Hierop wordt de media dan steeds kritischer voor de politiek, waardoor de spanning tussen deze twee toeneemt en politici op hun beurt steeds vaker de media proberen te ontwijken. Nieuws blijft echter wel een co-productie tussen beiden, waardoor de spanning soms te snijden is.

3.2 PERSONALISERING IN DE MEDIA

Tevens hebben ook de media, meer specifiek de opkomst van de televisie, zijn rol gespeeld in deze personaliseringsevolutie. Zo bleken debatten en partijen te complex en abstract voor de beeldbuis. Men moest zoeken naar de juiste formats waarbij dit alles als een hapklare blok gepresenteerd kon worden, zonder kijkers in verwarring te brengen. Zo bleek een oneliner of een telegenieke politicus meer aan de vereisten van televisie te voldoen (Weyers, 2000). Bovendien hebben ook politieke partijen hier voordeel bij: een partij kan immers makkelijker gepromoot worden, langs mediakanalen, door een populaire politicus dan door een partijprogramma *an sich* (McAllister, 2007).

Men kan dit ook op een theoretische manier benaderen (Rahat & Sheaffer, 2007). Media personalisering wordt gezien als de verandering in de voorstelling van politiek in de media. De nadruk is verschoven van partijen, organisaties en instituties naar een focus op individuele politici. Onderzoek van Rahat & Sheaffer (2007) bevestigt deze trend. Zij vonden dat de focus van media tussen eind jaren '70 en begin jaren 2000 verschoven was van partijen naar individuele politici. Meer dan zestig procent van media-aandacht ging enkel naar individuen, slechts vijftien percent was bestemd voor partijen.

3.3 AGENDASETTING

"The press may not be successful much of the time in telling people what to think, but it is stunningly successful in telling its readers what to think about"

(Cohen, 1963)

Men kan zich de vraag stellen hoe agendasetting in dit alles past. Agendasetting is immers van toepassing op issues of concepten (Scheufele, 2009). De theorie stelt dat wanneer media (meermaals) aandacht geven aan een issue, dat het publiek dit oppikt en dit als gevolg, ook hoog op de eigen agenda zal zetten. Met andere woorden: agendasetting claimt dat media bepalen waarover het publiek denkt (Lembrechts, 2007).

De veronderstelling in dit onderzoek bouwt hierop verder: indien dit alles van toepassing kan zijn op issues en thema's, zou het dan niet plausibel zijn dat ook bepaalde individuen en organisaties die repetitief verschijnen in de media ook hoger op de publieke agenda belanden. Meer specifiek wordt er hier gefocust op politici en partijen. Dit zou dan willen zeggen dat wanneer er een stroom van media-aandacht, op verscheidene tijdstippen, naar bepaalde kandidaten gaat, dat het publiek deze personen gaat categoriseren als zijnde belangrijk.

Deze theorie verklaart op zich echter geen stemwijziging in het stemhokje, maar het feit dat media, via agendasetting, erin slagen om het publiek zich iemand te laten herinneren of over iemand te laten denken, is misschien al voldoende (Entman, 1989). Het causale mechanisme dat hier achter zit is *accessibility*: thema's die recenter aan bod kwamen, zijn toegankelijker in het geheugen en staan zo hoger op de agenda. Bij uitbreiding naar personen, is het logisch dat men zo kort mogelijk voor de verkiezingen nog zoveel mogelijk media-aandacht wil.

3.4 PRIMING

Priming ligt in het verlengde van agendasetting. De theorie stelt namelijk dat massamedia, door bepaalde issues meer *salient* te maken, de evaluaties die het publiek maakt over politieke figuren beïnvloedt. Men past, via agendasetting, het belang van bepaalde thema's aan, en de media zouden, door te focussen op bepaalde thema's, de waarschijnlijkheid dat het publiek deze gebruikt om politieke evaluaties te maken verhogen (Scheufele, 2009).

Meer specifiek gaat het dan over politieke *priming*: dit is het proces waarbij politici geëvalueerd worden door kiezers, op basis van een prestatie over issues dat als belangrijk aanzien worden door het electoraat (McAllister, 2007). Kiezer hebben niet de mogelijkheid om een uitgebreide evaluatie te maken van alle aspecten van een politicus. Om het te vereenvoudigen gebruikt men een *sample of convenience*. Uiteindelijk beïnvloeden al deze evaluaties die verspreid werden over een langere periode de electorale uitkomst.

Priming maakt gebruik van twee causale mechanismen: *applicability* en *accessibility*. *Applicability* houdt in dat wanneer er een thema gelinkt wordt aan de stemkeuze, dat er een grotere kans bestaat dat het publiek dit oppikt. *Accessibility* veronderstelt dat recente informatie vaker gebruikt wordt bij evaluaties, zoals stemkeuze bij verkiezingen.

Het is natuurlijk cruciaal dat kiezers de evaluaties ook effectief gebruiken. Het blijkt uit onderzoek van Lefevre (2011) dat dit effectief het geval is. Sterker nog, bij electorale berichtgeving is het *priming* effect nog groter. In dit onderzoek werd ook de toon van berichtgeving meegenomen in de analyses. Hieruit kan men concluderen dat *priming* zowel veroorzaakt wordt door *applicability* als door *accessibility*. *Applicability* zorgt ervoor dat de link tussen de politiek en de nakende verkiezingen gelegd werd, terwijl *accessibility* door middel van de toon van de berichtgeving de aandacht van het electoraat trok. Concluderend kan gezegd worden dat zowel thema's die veel aandacht krijgen aan belang winnen, alsook kandidaten die veel aandacht krijgen hoger gerangschikt staan op de publieke agenda.

4. GEVOLGEN

Al deze wijzigingen van kiessysteem, maatschappij, kiesgedrag, burgers en media hebben heel wat gevolgen. Allereerst hebben politieke partijen hierop moeten anticiperen. Zij hebben zich de voorbije decennia moeten aanpassen aan de hoger opgeleide, meer kritische kiezer. Partijen gingen op zoek naar nieuwe methoden om kiezers te overtuigen om voor hen te stemmen. Een voorbeeld hiervan is het aantrekken van Bekende Vlamingen (BV), de zogenaamde *witte konijnen*, om via deze mensen de steun van het electoraat te krijgen. BV's zijn aantrekkelijk omdat ze geen link hebben met de politiek, waardoor ze dus niet automatisch die stempel van wantrouwen op zich hebben plakken. Het grote voordeel is echter dat ze wel de bekendheid hebben die men nodig heeft om het wispelturige electoraat aan te trekken (Ackaert, 1996; Van Liefveringhe & Steyvers, 2009).

“Politiek vroeger, dat waren ideeën. Politiek tegenwoordig, dat zijn personen”

(Schwartzenberg, 1977)

Als tweede hebben individuele politici zich moeten aanpassen. Kandidaten staan steeds vaker centraal, waardoor partijen meer en meer naar de achtergrond verdwijnen (Rahat & Sheaffer, 2007). Dat is niet langer enkel kenmerkend voor presidentiële systemen, maar dringt ook langzaam aan door in de parlementaire democratieën. Er is echter geen eenduidigheid op wie media het meest focust. Enerzijds zijn er de kopstukken waar volgens McAllister (2007), Dalton, McAllister & Wattenberg (2000) en Web & Poguntke (2005) de nadruk op gelegd wordt. Zij maken gebruik van hun persoonlijke imago's en aanlokkelijke verhalen om stemmen te winnen, en dit ter vervanging de (vroegere) politieke standpunten (Caprara & Zimbardo, 2004; Popkin, 1994). Anderzijds kan men politieke partijen (nog) niet wegcijferen.

Kiescampagnes werden eveneens aan dezelfde veranderingen blootgesteld. Het belang van de campagnes groeit doordat het electoraat steeds langer blijft twijfelen en wispelturiger wordt. Het electoraat wordt onvoorspelbaar, doordat ze zich niet langer identificeren met een partij, en dit zorgt er op zijn beurt voor dat campagnes des te belangrijker worden (Van Aelst, 2010). Politieke partijen worden op die manier gedwongen om actie te ondernemen. Men grijpt in via de professionalisering van campagnes om zo veel mogelijk stemmen te winnen. Op deze manier ontstaat het idee ook wel eens dat we in een permanente campagne leven. Politieke partijen beseffen dat de stem van de kiezer niet langer gegarandeerd is. Men moet deze elke verkiezing opnieuw voor zich proberen winnen (Van Aelst, 2002). Als men hierbij in het achterhoofd houdt dat kiezers de stemkeuze steeds langer uitstellen, mag het geen verrassing zijn dat partijen en politici steeds meer belang hechten aan kiescampagnes (Swyngedouw, Billiet & Goeminne, 2004).

Personalisering kan evenzeer leiden tot een verdere afname van het belang van politieke partijen en dit zal op zijn beurt invloed hebben op de electorale volatiliteit (McAllister, 2007). De democratie is, met andere woorden, ook onderhevig aan deze veranderingen. Zo wordt verwacht dat politieke leiders een grotere autonomie zullen genieten. Verder zal er een bijkomende roep naar meer institutionele hervormingen ontstaan (McAllister, 2007). Een voorbeeld hiervan is het debat rond de rechtstreekse verkiezing van de premier of burgemeesters (Maddens & Fiers, 2004).

DEEL 3: VERKLARINGEN

Hieronder worden een aantal verklarende determinanten uitgebreid besproken. Het gaat om factoren die in voorgaande onderzoeken rond voorkeurstemmen onder de loep genomen zijn.

1. DEMOGRAFISCHE FACTOREN

Wat het geslacht en de afkomst betreft kan men mogelijk een effect verwachten. Er wordt wel eens geopperd dat vrouwen (soms) puur omwille van een principe consequent op vrouwelijke kandidaten stemmen. Hetzelfde geldt mogelijk ook voor mensen van allochtone afkomst. Een andere verklaring kan zijn dat ze vinden dat de minderheidsgroep beter gerepresenteerd kan worden door een kandidaat die zelf deel uitmaakt van deze groep. Op die manier kan er beter aan de specifieke noden en belangen voldaan worden. Calhoun (1994) stelt vast dat individuen die deel uitmaken van een minderheidsgroep, zoals vrouwen of allochtonen in het politieke veld, hun identiteit hier steeds meer aan gaan ontlenen. Het zou, vanuit deze gedachtegang, dus niet ondenkbaar zijn dat deze mensen zich hierdoor laten leiden voor de stemkeuze. Bovendien wordt men hierin gesteund door de overheid, doordat men gebruik maakt van een quota systeem voor de Belgische kieslijsten. Zo is men verplicht om pariteit in geslacht aan te houden op de kieslijsten (Belgisch Staatsblad, 10.03.2006). Tevens kan de onevenwichtige situatie ook voor andere kiezers een aanzet zijn om een stem te geven aan kandidaten uit de minderheidsgroep (Thijssen & Jacobs, 2004). Uit Amerikaans onderzoek blijkt ook dat kiezers bij het maken van de stemkeuze vaker teruggrijpen naar socio-demografische “shortcuts”, zoals geslacht of afkomst, wanneer men weinig geïnformeerd is over de verkiezingen (Popkin, 1994).

Andre, Wauters & Pilet (2010) hebben het geslacht meegenomen in hun analyse van de regionale verkiezingen van 2009 in Vlaanderen. Zo stemde 12 procent van de Vlamingen enkel voor vrouwen, 43 procent enkel voor mannen en 44 procent voor beiden. Als de uitsplitsing gemaakt wordt tussen geslachten vond men dat 18 procent van de vrouwen, enkel voor vrouwelijke kandidaten stemde. Bovendien stemde ook acht procent van de mannelijke kiezers uitsluitend voor vrouwen. Daar staat wel tegenover dat meer dan de helft van alle mannelijke kiezers enkel voor mannen gestemd hebben. Evenzeer 38 procent van de vrouwelijke kiezers stemde enkel voor mannelijke kandidaten.

1.1 GESLACHT

In eerste instantie blijkt dat vrouwen significant meer voorkeurstemmen achter hun naam krijgen dan mannen (Maddens et al, 2007; Thijssen & Jacobs, 2004). Dit is zo wanneer men controleert voor het resultaat van de lijst, de plaats op de lijst, het voorafgaande politieke

mandaat, etnische afkomst, de leeftijd, het beroep en de verkiezingsuitgaven. Wanneer men niet controleert voor deze variabelen is het net omgekeerd, namelijk: mannen krijgen meer stemmen dan vrouwen. Dit kan mogelijk verklaard worden doordat vrouwen minder goede uitgangspunten krijgen toebedeeld bij de lijstvorming, of omdat vrouwen vroeger minder vaak een politiek mandaat uitoefenden en als gevolg minder de kans gehad hebben om politieke ervaring krijgen.

1.2 ETNISCHE AFKOMST

Etnische afkomst is een concept dat moeilijk te meten is. Thijssen & Jacobs (2004) hebben dit getracht aan de hand van de klank die namen op de kieslijsten hebben. Men ging er vanuit dat kiezers dezelfde afweging en redenering maakten, namelijk dat een kandidaat met een allochtoon klinkende naam, effectief van allochtone afkomst is. Dit vermoeden zal niet steeds correct zijn, en moet daarom ook voorzichtig benaderd worden. Echter, de correctheid hiervan speelt niet zo een hele grote rol, zolang kiezers maar dezelfde interpretatie maken. Indien de inschatting die Thijssen & Jacobs (2004) maken correct is, zouden burgers denken dat die bepaalde kandidaat van vreemde origine is, en dit na het lezen van zijn/haar naam op het stembiljet.

Onderzoeken bevestigen dit echter niet altijd: kandidaten met allochtoon klinkende namen halen gemiddeld iets minder stemmen dan autochtoon klinkende namen (Maddens et al, 2007). Het verschil blijft echter zeer beperkt. Maar, er is wel een duidelijker verschil te vinden tussen de partijen onderling: Bij Groen! krijgen allochtonen meer stemmen dan autochtonen, terwijl dit bij Open VLD en CD&V net omgekeerd is. Onderzoek van Thijssen & Jacobs (2004) zegt echter wel iets anders: zij maakten geen onderscheid tussen de politieke partijen, maar vonden wel dat allochtone namen, in het algemeen, significant meer voorkeurstemmen kregen. Dit gebeurde wel pas in het model waarbij andere verklaringen (zoals plaats op de lijst) ook toegevoegd waren. De verklaring luidt dan: "Aangezien een hogere plaats doorgaans meer voorkeurstemmen oplevert, is dit uiteraard een electorale handicap voor de allochtone kandidaten." (Thijssen & Jacobs, 2004, p. 474).

Concluderend kan aangenomen worden dat kandidaten waarvan het duidelijk is dat ze tot een politiek eerder ondervetegenwoordigde groep behoren, meer kans maken op voorkeurstemmen. Het gaat dan over groepen zoals allochtonen of vrouwen. Thijssen & Jacobs (2004) vonden geen verschil in wat betreft leeftijd en opleidingsniveau. Men verklaart dit doordat het niet direct afleesbaar is uit de naam van de kandidaat. Vandaar dat het ook niet opportuun zou zijn, om dit als extra verklaring op te nemen in deze masterproef.

2. BEROEP & VERENIGINGSLEVEN

In België worden er meer voorkeurstemmen uitgedeeld bij lokale verkiezingen dan bij federale of regionale stembusgangen. Dit kan worden toegelicht doordat meer kiezers kandidaten persoonlijk kennen (Wauters, 2010). Hierdoor kan men afleiden dat de sociale afstand minder groot is tussen het electoraat en de lokale kandidaten. Het is dus niet onrealistisch om te suggereren dat kandidaten met uitgebreide sociale netwerken beter zouden scoren, ongeacht van de politieke partij waarbij men opkomt (Thijssen & Jacobs, 2004). Een manier om een uitgebreid sociaal netwerk te bekomen is via het beroep dat men uitoefent of in welke mate men betrokken is bij het plaatselijke verenigingsleven.

Maddens et al (2007) hebben een opdeling gemaakt tussen zelfstandigen en vrije beroepen, ambtenaren en tewerkgestelden in het -onderwijs, partij- en kabinetsmedewerkers, arbeiders, bedienden en niet-actieven. Zij vonden echter geen significant verband tussen het beroep dat kandidaten uitoefenen en het aantal voorkeurstemmen dat men kreeg bij de gemeenteraadsverkiezingen van 2006. Het is echter wel mogelijk dat opdeling in verschillende categorieën niet helemaal vat waarrond het net draait. Zo worden alle zelfstandige en vrije beroepen in eenzelfde categorie bekeken, terwijl er zelfs daartussen al grote onderlinge verschillen zijn. Zo halen vrije beroepen wel meer voorkeurstemmen dan winkeliers of zaakvoerders. Dit kan te wijten zijn aan het verschil in sociale contacten. Een zaakvoerder of winkelier heeft niet noodzakelijk evenveel contact met burgers dan bijvoorbeeld een huisarts. Arts lijkt het ideale beroep om net die sociale relaties aan te gaan, maar zelfs daarbinnen is er veel verschil tussen de contacten die een huisarts heeft en bijvoorbeeld een spoedarts. Dit wijst net op de moeilijkheid rond het meten van beroepen. Er is zoveel verscheidenheid binnen de beroepen zelf waardoor het onoverzichtelijk wordt en de juiste focus moeilijk te vinden is.

Thijssen & Jacobs (2004) gingen hierop verder: men heeft geopteerd om alle 'lokaal representatieve beroepen' te benoemen. Zij hebben geopteerd om een lijst te maken met alle beroepen die volgens hen in deze categorie thuishoren. Het gaat dan meer specifiek over beroepen waar men relaties en contacten heeft met mensen in het dagdagelijkse leven. Men heeft deze lijst daarna vergeleken met de kandidaten die opkwamen voor de districtsraadverkiezingen van 2000 in Antwerpen. Ze hebben ook de pendeltijd die men tussen de thuisbasis en het werk aflegt hierin opgenomen en alle afstanden die langer dan 15 minuten in beslag namen, werden weerhouden. Dit deed men omdat enkel de kandidaten die door het beroep en de locatie waarop ze dat uitoefenen sociaal relevante contacten kunnen hebben met potentiële kiezers.

Thijssen & Jacobs (2004) volgden dezelfde gedachtegang voor wat betreft het verenigingsleven. Indien kandidaten intensief gemengd zijn in lokale organisaties, kan men ervan uitgaan dat deze mensen hierdoor lokaal verankerd zijn. Ten gevolge hiervan bouwt men

naambekendheid op, en dit kan op zijn beurt weer een rol spelen bij verkiezingen. Doch bleek ook uit het onderzoek van Thijssen & Jacobs (2004) dat er geen noemenswaardige effecten gegenereerd werden voor wat betreft beroep en verenigingsleven.

In deze masterproef zal beroep en banden met het verenigingsleven dan ook niet meegenomen worden in de analyses. Bovenstaande onderzoeken hebben geprobeerd om effect te vinden, door zelfs de afstand tot het beroep in rekening te brengen. Zij kwamen echter van een kale reis terug. Om die reden lijkt het niet relevant om deze variabele verder te behandelen.

3. BEKENDHEID UIT NIET-POLITIEKE SFEREN

“The ubiquity of celebrities, as well as their intangible nature, makes them difficult to define.”

(Marshall, 1997, p. 243)

Marshall beschrijft hiermee de grote moeilijkheid van onderzoek rond Bekende Vlamingen (BV's). het is namelijk onduidelijk wanneer iemand bestempeld kan worden als BV (De Swaef, 2008; Baens, 2011). Bovendien wordt het steeds makkelijker om als BV aanzien te worden. Enkele keren meespelen in een quiz of een entertainmentshow is voldoende om zich tot BV te kronen (Van Gestel & De Meyer, 2002). Voor externe beoordelaars blijft dit echter een moeilijk te meten factor, mede omdat het een subjectief iets is.

Er worden verschillende omschrijvingen gehanteerd voor het concept *celebrity*. Zo zien Kotler, Rein & Stoller (1997, p. 14) het als *“a person who is known by a larger number of people than average (...). A celebrity is a person who is known by people whom he does not know or a person who is talked about.”* Andere auteurs, zoals Rojek (2001, p. 7) leggen dan weer meer nadruk op de medialink: *“celebrity is the consequence of the attribution of qualities to a particular individual through the mass media.”* Ook Evans & Hesmondhalgh (2005, p. 19) vinden dat media hier een grote rol in spelen: *“celebrity by definition requires mediation”*.

Dit wil echter niet zeggen dat enkel mediafiguren BV's kunnen zijn: het gaat over alle personen die bekendheid verworven hebben. Dit kan in de entertainment sector zijn, maar ook in de bedrijfs-, of sportwereld; kortom, in alle niet-politieke maatschappelijke sferen. In deze masterproef zullen deze mensen gedefinieerd worden aan de hand van drie kenmerken: tijdstip van bekendheid, sector van oorsprong en onderwerp van de krantenartikelen waarin men vermeld wordt (De Swaef, 2008; Baens, 2011).

Thijssen & Jacobs (2004) hebben, in hun onderzoek bij de districtsraadsverkiezingen van 2000, de BV status op een ietwat alternatieve manier proberen meten. Men heeft aan de lijstvormers van de verschillende politieke partijen gevraagd om uit te maken of een kandidaat,

al dan niet, over een brede bekendheid beschikte. Men ging ervan uit dat deze personen een accuratere blik hadden over de kandidaten. Aangezien het onderzoek over lokale verkiezingen ging, is het mogelijk dat deze bekende personen extra opvielen tussen de veel minder bekende namen op de kieslijst, zeker in vergelijking met regionale of federale verkiezingen. Hierdoor kunnen de bekende personen bij lokale verkiezingen extra opvallen, en des te meer stemmen achter hun naam verzamelen. Wat de resultaten betreft, blijkt dit inderdaad een significante rol te spelen. Het is echter geen verrassing dat naambekendheid een grote verklarende rol speelt in de hoeveelheid voorkeurstemmen dat een kandidaat krijgt.

4. MEDIA-AANDACHT

De mediabekendheid van een politicus heeft een sterk effect op het aantal voorkeurstemmen dat deze kan verwachten (Van Aelst, Maddens & Noppe, 2006). Het is geen verrassing dat televisie hierin een eerder dominante rol speelt. Dit mag echter niet overschat worden, want het is slechts weinigen gegeven om regelmatig uitgenodigd te worden in een televisiestudio. Deze aandacht blijft beperkt tot een zeer kleine groep. Dit wil zeggen dat het overgrote deel van de kandidaten, zeker bij lokale verkiezingen, nooit een televisiecamera van dichtbij te zien krijgt. Maar met de opkomst van regionale televisiekanalen is er echter een opportuniteit voor lokale politici om zich meer in die richting te begeven (Thijssen & Jacobs, 2004).

Het effect van kranten is daarnaast ook niet onbestaande. Vermeldingen in kranten hebben een significant positief effect op het aantal voorkeurstemmen, zo blijkt uit onderzoek van Maddens en Put (2008). Men heeft de federale verkiezingen van 2007 onder de loep genomen en vond dat er tussen de politieke partijen zelf grote verschillen zijn wat betreft vermeldingen in krantenartikelen. De gemiddelde kandidaat voor de verkiezingen van 2007 werd in 15 artikelen vermeld. Bij traditionele partijen, zoals Open VLD, CD&V-N-VA en sp.a-Spirit, liep dit zelfs tot respectievelijk 22, 23 en 25 vermeldingen. LDD kandidaten werden het minst vermeld.

Wat opvallend is aan de resultaten: VB, goed voor 24 procent van de stemmen in 2004, kreeg slechts 7 procent van de media-aandacht, gemeten via kranten. Bij CD&V-N-VA en Groen! is de media-aandacht en het behaalde stemmenpercentage in evenwicht, maar bij Open VLD en vooral sp.a-Spirit was de media aandacht eerder buitensporig in vergelijking met het stemmenaandeel.

Wanneer men gaat kijken naar kandidaten die vertegenwoordigd zijn in de media, vallen enkele regelmatigheiden op. Media hebben, eerst en vooral, aandacht voor lijsttrekkers. De positie op de kieslijst blijkt een grote rol te spelen voor wat betreft het krijgen van media-aandacht. Ook de politieke functie, voorafgaand aan de verkiezingen, is invloedrijk (Maddens & Put, 2008). Bij de federale verkiezingen van 2007 verschenen kandidaten zonder een

voorafgaand politiek mandaat gemiddeld slechts viermaal in krantenartikelen. Vooral burgemeesters, parlementsleden en ministers kunnen spreken van een echte bonus dankzij hun mandaat. Men kan dit zien als een variant op de zogenaamde *kanseliersbonus*. Ze verschenen gemiddeld respectievelijk in 24, 29 en 249 krantenartikelen. Wanneer men dit terugkoppelt naar de partijen en de verkregen media-aandacht, is het logisch dat partijen zoals Lijst Dedecker, Groen! en VB minder aandacht krijgen. Deze drie partijen hebben nu eenmaal minder burgemeesters, parlementsleden en ministers dan de andere, meer traditionele, partijen. Dit is een voorbeeld waarbij media hun eigen logica volgen: de woorden en daden van ministers of parlementsleden hebben een direct invloed op het leven van het publiek, waardoor de uitspraken automatisch een hogere nieuwswaarde hebben (Van Aelst, Maddens, Noppe & Fiers, 2005).

Wat het VB betreft zijn er nog enkele opvallende resultaten. Indien men de mandaatvariabele onder controle houdt, heeft het VB nog steeds opvallend weinig vermeldingen in krantenartikelen. Het meest merkwaardige verschil vinden we bij de parlementsleden. Een gemiddelde parlementariër wordt in ongeveer 29 artikels vermeld. Voor parlementsleden van de extreemrechtse partij VB is dit slechts 18 keer, bij de groene parlementariërs groeit dit aantal aan tot zelfs 46 keer (Maddens & Put, 2008). Dit is natuurlijk niet enkel te wijten aan de parlementsleden van VB zelf. Het Cordon Sanitair, en het bijhorende 'cordon médiatique' spelen ook een rol. Hoewel journalisten beweren dat het vooral een gebrek aan creatieve voorstellingen, gecombineerd met weinig inspanningen van beide kanten is. Dit speelt de verkiezingsresultaten van het VB (voorlopig) weinig parten. Het VB heeft immers genoeg middelen om de mediaboycot te omzeilen door gebruik te maken van rechtstreekse communicatie met zijn kiezers (Maddens & Put, 2008).

Men kan ook opmerken dat er onrechtstreekse media-effecten zijn. Maddens & Put (2008) beschrijven het als een multiplicatoreffect: het is namelijk zo dat wanneer een kandidaat ooit verkozen geweest is, dat deze automatisch op extra stemmen zou kunnen rekenen doordat hij of zij al een vaste achterban en ervaring heeft (Whiteley & Seyd, 2003). Bovendien heeft deze kandidaat een grotere kans om media-aandacht te krijgen omdat hij al mediabekendheid verworven heeft door voorgaande verkiezingen en het voorgaand mandaat. Maar zoals hierboven beschreven, krijgt niet elke partij de bijhorende media aandacht die volgens het electoraal aandeel gerechtvaardigd zou zijn. Hierdoor hebben bepaalde partijen en hun kandidaten een concurrentieel nadeel, indien men zich bij de volgende verkiezingen opnieuw kandidaat zou stellen. Het typevoorbeeld is opnieuw het Vlaams Belang.

5. AANWEZIGHEID OP HET INTERNET

Vooreerst zijn er twee manieren waarop kandidaten aanwezig kunnen zijn op het internet (Zittel, 2009). De eerste wijze is door middel van een gecentraliseerde website, uitgaande van de partij zelf. Hierdoor krijgt de partij, en pas in tweede instantie de individuele politicus, directe communicatie met kiezers. De tweede manier gaat uit van de individuele politicus zelf. Deze krijgt hierdoor niet alleen een directe band met de kiezer, maar kan ook op een zeer kost efficiënte manier uiteenzetten wie hij/zij is en waarvoor hij/zij staat. Dit kan als gevolg hebben dat kandidaten meer en meer een geïndividualiseerde online campagne op zetten die misschien minder in de idee van de partij past (Zittel, 2009). De twee vormen onderscheiden zich, met andere woorden, door diegene die het roer vasthoudt: is dit de partij of de individuele politicus zelf?

Dit alles zou echter niet uitmaken als het internet geen efficiënt en effectief campagne middel zou zijn. Maar internet heeft potentieel genoeg om het verschil te maken (Criado, Martínez-Fuentes & Silván, 2012). Zo draagt het bij aan de persoonlijke relaties die kandidaten met kiezers hebben. Internet helpt om deze op te bouwen en te onderhouden, zeker via sociale networkingsites. Hierdoor kunnen kandidaten kiezers, door minimale moeite, aan zich binden (Hooghe & Vissers, 2006). Daarnaast is ook het interactieve potentieel van internet een pluspunt. Dit brengt vele mogelijkheden met zich mee om de kloof tussen burgers, de politieke wereld en de intermediaire organisaties te dichten (Hooghe & Vissers, 2006). Tenslotte is de beschikbare tijd en ruimte in de traditionele media beperkt (Van Aelst, 2002). Politici hebben het daar niet voor het zeggen, ze hebben geen vat op hoe en waarmee men in het nieuws komt. Als ze dan een persoonlijke website hebben, zijn zij diegenen die bepalen met welke inhoud en vorm men naar buiten komt.

Maar zoeken burgers ook effectief politieke informatie online? Dit wordt slechts in beperkte mate bevestigd. Onderzoek van Gibson, Ward & Lusoli (2003) toonde aan dat slechts vijf procent van de ondervraagden ooit naar een partij-website gesurft hadden. Men kan beargumenteren dat deze cijfers intussen achterhaald zijn, maar uit recenter onderzoek blijkt echter dat hier nog maar relatief weinig aan gewijzigd is (Eurobarometer, 2012). Er wordt door verschillende onderzoeken, onder andere door de eurobarometers, geprobeerd te achterhalen hoe vaak en hoeveel burgers informatie over politiek zoeken op het internet. Uit deze cijfers blijkt dat maar een derde van de Europese burgers naar politieke informatie zoekt op het internet. Er zijn natuurlijk grote verschillen tussen de Europese landen onderling, maar evenzeer ook tussen burgers in hetzelfde land. Zo merkt men op dat ouderen (55+) slechts beperkte toegang hebben tot de online wereld. Dit heeft logischerwijs gevolgen voor het mogelijke effect van internet op voorkeurstemmen. Dit neemt echter niet weg dat internet een goede manier kan zijn om jongeren te bereiken (Small, 2008). Daarenboven is het belangrijk om het onderscheid te maken

tussen zoeken naar politieke informatie en surfen naar websites van partijen of politici. Van Aelst (2002) vond alvast dat, tien jaar geleden, de bezoekersaantallen op websites van politici heel beperkt bleven. Aansluitend hierbij vonden Hooghe & Vissers in 2006 nog steeds een duidelijke *digital divide* inzake het politiek gebruik van het internet. Ze merkten dat drie kwart van de bezoekers mannen waren en 2/3^{de} daarvan had hoger onderwijs genoten. Wat echter belangrijker is, zeventig procent van de bezoekers gaf aan dat men op de partij zou stemmen van wie men de website aan het bezoeken was. Het lijkt dus vooral alsof partijwebsites een manier zijn om te communiceren met de eigen achterban en niet zozeer dienen voor het mobiliseren en aantrekken van nieuwe kiezers. Gibson & McAllister (2006) vonden veelzeggende resultaten in Australië: 82 procent van kiezers met internettoegang gaf aan dat men het internet niet gebruikt heeft om iets over politiek of over de nakende verkiezingen op te zoeken. Van de resterende 18 procent gaf 8 procent aan dat men dit slechts eenmalig gedaan heeft. Dit wil zeggen dat slechts tien procent van de kiezers met internettoegang dit effectief meermaals gebruikt heeft om iets over de verkiezingen te weten te komen.

De vraag rijst echter of politici wel aanwezig zijn op het online platform. Bij de lokale Italiaanse verkiezingen van 2010 hield ongeveer de helft van de kandidaat burgemeesters over het hele land een persoonlijke website of blog bij (Vardanega, 2011). Voor Facebook was dit een stuk meer: 80 procent van alle kandidaten had toen al een Facebook account. Maar dit aantal viel terug indien men Twitter ging bekijken: slechts twintig procent was actief op Twitter. De onderzoekers geven echter wel aan dat Twitter slechts matig populair is in Italië. Ook in Spanje (Criando, Martínez-Fuentes & Silván, 2012) werd bij de laatste lokale verkiezingen het internet gebruikt. Men vond dat zeventig procent van de kandidaat burgemeesters van de grotere steden Twitter gebruikte om te communiceren met kiezers. Voor Vlaanderen zijn er echter weinig cijfers terug te vinden. Van Aelst (2002) vond dat slechts twintig procent van de Vlaamse parlementsleden en ministers een eigen online plekje had. Maar de verschillen tussen de partijen waren groot: zo had bijna de helft van de CD&V politici een website terwijl het toenmalige *Vlaams Blok* slechts drie politici had met een eigen website. De cijfers in Australië liggen opnieuw een stuk hoger: reeds bij verkiezingen in 2001 had meer dan een derde van de kandidaten een eigen website (Gibson & McAllister, 2006). Als we dit terugkoppelen naar de kiezers: slechts tien procent gebruikte het internet om informatie te weten te komen (Gibson & McAllister, 2006). De groep potentiële kiezers die men hiermee bereikt is dus erg beperkt.

Maar is dit alles wel electoraal succesvol? Gibson & McAllister (2006) bevestigen dit in Australië: kandidaten die een online campagne, met persoonlijke website, opgezet hadden wonnen gemiddeld twee procent meer voorkeurstemmen en dit in vergelijking met kandidaten die helemaal niet aanwezig waren op het internet. Dit onderzoek dateert echter van verkiezingen uit 2004, wat doet vermoeden dat deze resultaten veelbelovend kunnen zijn. Ook

in Brazilië had het gebruik van een eigen website en sociale netwerksites een directe impact op de verkiezingsresultaten (Gilmore, 2011). Politici die digitale media gebruiken hebben een duidelijk competitief voordeel. In het geval van Brazilië was vooral Twitter een significante voorspeller van de verkiezingsresultaten.

6. POLITIEK MANDAAT

Het lijkt logisch dat wanneer een kandidaat eerder al een politiek mandaat opgenomen heeft, dat deze meer stemmen achter zijn/haar naam zal krijgen. Men heeft op dat moment meer ervaring dan iemand die nog nooit aan politiek gedaan heeft. Maar ook andere effecten spelen hierin mee. Zo heeft men, afhankelijk van het mandaat, een grotere bekendheid bij het publiek. Dit kan op zijn beurt invloed hebben op de plaats die men krijgt op de lijst, de media-aandacht die aan een kandidaat gegeven wordt, de herkenbaarheid van deze kandidaat door het electoraat, enzovoort. Bovendien hebben deze kandidaten wellicht al iets kunnen betekenen voor het electoraat in het verleden, waardoor bepaalde kiezers trouwer gebonden zijn aan specifieke kandidaten (Thijssen & Jacobs, 2004). Een belangrijke opmerking hierbij is wel dat dit alles afhangt van welk mandaat men eerder al heeft opgenomen.

Zo blijkt dat als men eerder al burgemeester geweest is, dat men dan significant meer voorkeurstemmen achter zijn naam krijgt (Maddens et al, 2007). Ditzelfde geldt ook voor schepenen of voor een regionaal of nationaal mandaat, alhoewel dit voordeel wel beperkter is. Dit effect staat beter bekend als het *incumbency*-effect (Ackaert, Krebs, Desposato & Petrocik, 2003). Dit wil zeggen dat kandidaten die zich opnieuw verkiesbaar stellen voor een politiek mandaat, wanneer men controleert voor andere variabelen, beter scoren dan kandidaten zonder enige politieke ervaring.

7. VERKIEZINGSUITGAVEN

In landen met een meerderheidssysteem hebben de verkiezingsuitgaven van de zittende mandatarissen meestal een sterker effect op het verkiezingsresultaat dan de uitgaven van de uitdagers. Maar bij landen die een open lijstensysteem hanteren, wordt dit niet bevestigd. Op het eerste zicht lijkt het fenomeen eveneens daar bevestigd: het al dan niet verkozen zijn, hangt namelijk af van de hoeveelheid voorkeurstemmen. Aangezien kandidaten die bij de vorige verkiezing verkozen waren een bepaalde bekendheid opgebouwd hebben, is het niet ondenkbaar dat ze een electoraal voordeel hebben ten aanzien van kandidaten die voor de eerste keer op de lijst staan. Deze zullen namelijk voor elke stem campagne moeten voeren. Maar deze redenering klopt niet helemaal: Samuels (1999) toont aan dat in Brazilië zowel de

uitdaggers als de zittende mandatarissen evenveel te winnen hebben van hun campagne uitgaven. Volgens Samuels (1999) is dit te verklaren doordat zittende parlementsleden in Brazilië niet hetzelfde electorale voordeel hebben als in andere landen. De beslissingsmacht is veel beperkter, en men moet het gezag en dus ook de eventuele voordelen die aan het mandaat verbonden zijn delen met andere mandatarissen. Samuels' (1999) onderzoek heeft dit wel gemeten aan de hand van financiële bijdragen die men kreeg, en niet aan de hand van effectieve uitgaven. Hij ging ervan uit dat deze een goede proxy waren voor de uitgaven.

In België geldt er een wettelijke beperking voor wat betreft uitgaven tijdens de kiescampagne, alsook een beperking op campagnemethoden. Volgens Maddens et al (2007) heeft deze beperking echter geen echt remmend effect heeft omdat het uitgavenplafond voor lokale verkiezingen relatief hoog ligt. Er is, afhankelijk van het aantal inwoners in een bepaalde gemeente, een maximumbedrag per partij, alsook per individuele kandidaat. Maddens et al (2007) onderzocht dit bij de federale verkiezingen van 2003 in België. De voornaamste resultaten zijn, ten eerste, dat kandidaten die meer uitgeven over het algemeen een hoger percentage voorkeurstemmen halen wanneer men daarnaast ook controleert voor grootte van district, positie op de lijst, voorafgaand mandaat, media-aandacht, enzovoort. Daarentegen staat echter dat het effect een zekere plafonnering kent: eens een bepaald bedrag uitgegeven, zullen bijkomende uitgaven nog slechts kleine effecten met zich meebrengen. Ten tweede speelt media-aandacht een grotere rol dan verkiezingsuitgaven bij het aantrekken van voorkeurstemmen. Per 100 krantenartikelen waarin een kandidaat vermeld wordt, wint men gemiddeld 0,31 procentpunten voorkeurstemmen (na controle voor andere variabelen). Dit gevonden media-effect staat wel los van het uitgaven effect. Het is dus niet zo dat doordat men een duurdere campagne voert, de kandidaten grotere zichtbaarheid krijgen en daardoor meer in de media verschijnen. Het lijkt er dus op dat verkiezingsuitgaven nauwelijks een effect hebben op het aantrekken van media-aandacht. Een dure campagne biedt dus geen garantie dat men in het nieuws zal verschijnen. Berichtgeving in nieuwsmedia en de traditionele campagne op de straat staan dus los van elkaar en hebben elk een aandeel in het behalen van electoraal succes.

8. PLAATS OP DE LIJST

Het is logisch dat kandidaten die gepositioneerd zijn aan de top van een kieslijst meer stemmen aantrekken, maar de vraag is echter of de rangorde van de lijst ook na de topkandidaten nog een effect heeft. Maddens et al (2007) onderzochten dit aan de hand van decielen om zo de grootte van de gemeente/stad enigszins in rekening te kunnen brengen. De kandidaten werden ingedeeld in tien groepjes, zodat de grootte van de stad/gemeente niet doorweegt. Dit werd gedaan opdat niet elke stad/gemeente evenveel zetels te verdelen heeft en bijgevolg niet

evenveel kandidaten op de kieslijsten heeft staan. Daaruit bleek, na controle van politiek ambt, geslacht, leeftijd, beroep en verkiezingsuitgaven, dat een plaats in het eerste, het tweede, het derde en het laatste deciel significant meer voorkeurstemmen opleverde. Dit wil zeggen dat de plaats die een kandidaat op de kieslijst heeft een wezenlijk verschil maakt. In het midden van de lijst was er geen significant verschil meer tussen de decielen, waaruit we concluderen dat de volgorde tussen het vierde en het voorlaatste deciel geen noemenswaardig voordeel oplevert.

Dit resultaat is zeker niet geheel onverwacht. Het is namelijk zo dat er aan verkiezingen heel wat uren en dagen lijstvorming vooraf gaan. Zo plaatsen partijen de sterkste kandidaten vooraan of net helemaal achteraan: zij vormen de zogenaamde lijsttrekkers en lijstduwers. Dit zijn vaak mensen die toch wel een belangrijk deel van het electoraat achter zich staan hebben. Een tweede verklaring kan zijn dat het net omgekeerd is: kiezers stemmen liever op een kandidaat die een reële kans heeft om verkozen te worden.

De plaats op de lijst die het grootste voordeel oplevert is allereerst de eerste plaats. Thijssen & Jacobs (2004) vonden dat de lijsttrekkersplaats het grootste electorale voordeel opleverde. Deze plaats is cruciaal. Dit alles staat los van de andere variabelen zoals politieke ervaring, leeftijd, geslacht, enzoverder. Kandidaten die op de eerste plaats van een kieslijst staan, halen significant meer stemmen dan de andere kandidaten. Dit is te verklaren doordat het de eerste plaats is die men ziet. Het electoraat kan er ook vanuit gaan dat de politieke partijen de belangrijkste, of meest bekende of bekwame, kandidaat op de eerste plaats plaatsen. Bijkomend wordt deze kandidaat mogelijks ook gezien als het gezicht van de lijst en de partij. Een tweede belangrijke positie op de kieslijst is deze van lijstduwer. Het voordeel dat men als lijstduwer heeft blijft significant, maar is wel minder krachtig dan dat van de lijsttrekker (Thijssen & Jacobs, 2004). Een derde plaats waarvan men een effect verwacht is de zogezegde 'valse' lijsttrekkerspositie. Het gaat dan over de plaats die bovenaan een kolom staat, rechts naast de lijsttrekker. Deze onafhankelijke variabele bleek echter niet significant in het onderzoek van Thijssen & Jacobs (2004), maar de lijstsamenstellers gaven wel aan dat met deze posities rekening werd gehouden wanneer men de lijst opmaakt. De laatste plaats die cruciaal kan zijn is de eerste vrouw op de lijst. Deze plaats blijkt significant meer stemmen op te leveren, na controle voor andere verklaringen. Dit kan verklaard worden doordat het voor minderheidsgroepen in ieder geval al moeilijker is om verkozen te worden. Doordat men dan net op de hoogst gerangschikte stemt, geeft men deze zoveel mogelijk kans om toch verkozen te worden. Maar de eerste vrouwelijke kandidate kan ook gezien worden als de meest zichtbare. Het is voor kiezers dan vaak een 'gemakkelijkheidsoplossing' (Thijssen & Jacobs, 2004).

9. RESULTAAT VAN DE LIJST

Het is logisch dat het resultaat van de lijst een invloed heeft op het persoonlijke resultaat van een kandidaat. Hoe meer kiezers op een bepaalde lijst stemmen, hoe groter het potentiële aantal voorkeurstemmen voor een individuele kandidaat (Maddens et al, 2007). Dit is te verklaren door dat er twee mogelijke groepen van kiezers zijn die op de kandidaat kunnen stemmen. Enerzijds zijn er de burgers die specifiek voor die kandidaat stemmen, waarbij de kandidaat de reden is dat ze voor de partij stemmen. Anderzijds zijn er de overige groep burgers, die om gelijk welke reden op de partij of op een andere kandidaat stemmen, maar waar de (andere) kandidaat toch kans maakt dat ze hem/haar ook een voorkeurstem geven.

Er is echter een wisselwerking tussen deze beiden (Maddens et al, 2007), want ook het resultaat van de lijst zelf is afhankelijk van het individuele successen van zijn kandidaten. Het is echter niet mogelijk om dit uit elkaar te halen. Men kan met andere woorden niet weten in welke mate een kandidaat stemmen heeft kunnen aantrekken, dan wel of de kandidaat stemmen krijgt van kiezers die al vooraf beslist hadden om op de partij of op een andere kandidaat te stemmen. Bij gevolg kan men aannemen dat een kandidaat voor een grotere partij, afgezien van de eigen populariteit, gemiddeld meer kans maakt om voorkeurstemmen te halen (Maddens et al, 2007).

DEEL 4: HYPOTHESES

Als gevolg van bovenstaande verklaringen zijn er een tiental voor de hand liggende hypotheses. Deze handelen allen over de vermoedelijke verklarende waarde van de besproken determinanten.

Hypothese 1: Kandidaten die tot sociaal-demografische, ondervertegenwoordigde groep toebehoren, zoals vrouwen of allochtonen, krijgen significant meer voorkeurstemmen.

Hypothese 2: kandidaten die bekendheid verworven hebben in een niet-politieke, doch maatschappelijke sfeer, krijgen significant meer voorkeurstemmen

Hypothese 3: kandidaten die meer media-aandacht kregen, behalen significant meer voorkeurstemmen.

Hypothese 4: kandidaten die meer aanwezig zijn op het internet, halen significant meer voorkeurstemmen.

Hypothese 5: kandidaten die in het verleden reeds een politiek mandaat bekleed hebben, krijgen significant meer voorkeurstemmen

Hypothese 6: kandidaten die meer uitgeven tijdens de campagne, halen significant meer voorkeurstemmen.

Hypothese 7: kandidaten die een hogere plaats op de lijst bekleden, krijgen significant meer voorkeurstemmen.

Hypothese 7a: de lijsttrekker behaalt significant meer voorkeurstemmen.

Hypothese 7b: de lijstduwer behaalt significant meer voorkeurstemmen.

Hypothese 7c: de eerste vrouw op de lijst behaalt significant meer voorkeurstemmen.

Hypothese 8: kandidaten die op de electoraat succesvolle lijsten staan, behalen meer voorkeurstemmen.

DEEL 5: METHODE

1. AFBAKENING VAN HET ONDERZOEK

Al deze hypotheses zullen onderzocht worden aan de hand van de gemeenteraadsverkiezingen van 2012 in de stad Antwerpen. Het zal enkel over de stad Antwerpen zelf gaan, en niet over districten. De partijen die onderzocht zullen worden, zijn enkel deze die de kiesdrempel gehaald hebben en bijgevolg vertegenwoordigd zijn in de gemeenteraad. Het gaat dan over de StadslIJst, N-VA, Groen!, Open VLD, PVDA+ en VB. Het zijn zes partijen, met elk 55 kandidaten. In totaal zullen dus 330 kandidaten onder de loep genomen worden.

2. VARIABELEN

2.1 SOCIO-DEMOGRAFISCHE VARIABELEN

De demografische factoren die mee in rekening gebracht worden zijn geslacht, leeftijd en etniciteit. Geslacht werd gemeten door wat kandidaten en de partij zelf aangaven. Als tweede zal de leeftijd van de kandidaten meegenomen worden. Deze is berekend aan de hand van de opgegeven geboortedatum. Er wordt enkel met de leeftijd in jaren gewerkt. Voor dit onderzoek is het niet belangrijk in welke maand men geboren is. Een laatste variabele is afkomst. Deze is moeilijk te meten, zoals al aangegeven. Voorgaande onderzoeken hebben de 'klank' of de schrijfwijze als indicatie gebruikt. In dit onderzoek werd dezelfde manier van meten gehanteerd. Dit is een subjectievere methode, maar het draait minder om de correctheid van de inschatting. Hetgeen hier wel van belang is, is de inschatting die kiezers in het stemlokaal maken. Het is de bedoeling om diezelfde inschatting te maken hier. In bijlage 1 kan men de 56 kandidaten vinden die weerhouden werden.

2.2 BEKENDHEID UIT ANDERE MAATSCHAPPELIJKE SFEREN

De criteria die gehanteerd worden, werden overgenomen uit voorgaande onderzoeken (De Swaef, 2008; Baens, 2011). Als eerste is het tijdstip van bekendheid van tel. Om hieraan tegemoet te komen, wordt er gekeken naar de bekendheid een jaar voorafgaand aan het begin van de campagne. Dit wil zeggen dat dit gemeten wordt in een periode gaande van 14 juli 2011 tot en met 13 juli 2012. Een tweede cruciaal criterium is de oorspronkelijke sector van bekendheid. Deze mag niet gerelateerd zijn aan politiek. Enkel kandidaten die bekend zijn omwille van een carrière, weg van politieke bedrijvigheid, werden opgenomen. Dit alles werd gemeten aan de hand van vermeldingen in krantenartikelen, vandaar het derde criterium: het onderwerp waarover de gevonden artikelen handelden. Ook deze mochten geen onmiddellijke

link hebben met politiek. Zo werd bijvoorbeeld een aankondiging om kandidaat te zijn op een kieslijst niet meegerekend. Als laatste aandachtspunt moet ook vermeld worden dat, om als BV bestempeld te worden, men minstens in vijf kranten of tijdschrift artikelen vermeld moest worden. In bijlage 2 kan men de zestien kandidaten terugvinden die weerhouden zijn door gebruik van bovenstaande criteria.

2.3 MEDIA – AANDACHT

Media-aandacht is een variabele die bestaat uit meerdere facetten. Zo behandelen kranten andere onderwerpen en andere personen dan televisie nieuws en televisie programma's. Ook de benaderingen en de bijhorende formats om iemand aan het woord te laten verschillen. Vandaar de keuze om dit via diverse manieren te onderzoeken.

Kranten

Wat kranten betreft is er gebruik gemaakt van Mediargus. Elk artikel waarbij een kandidaat vermeld werd, werd gecodeerd als dusdanig en dit voor een periode van drie maanden. Het gaat, meer specifiek, om de aanloop naar de campagne en de campagne zelf. Dit kwam neer op de periode tussen 14 juli en 13 oktober van 2012. Enkel de Vlaamse kranten, met de bijhorende regionale bijlages, werden meegenomen in de analyse: het Nieuwsblad, de Standaard, de Morgen, Het Laatste Nieuws, De Gazet van Antwerpen, het Belang van Limburg en de Tijd.

Ongeveer de helft van de kandidaten werd nooit vermeld in kranten (55%), terwijl er wel een twaalfde procent in slaagde om gemiddeld eenmaal per week aan bod te komen. Het mag echter niet verbazen dat de lijsttrekkers hier een groot deel van uitmaken.

Kandidaten	Partij	Vermeldingen
Bart De Wever	N-VA	1330
Janssens Patrick	Stadslijst	870
Turtelboom Annemie	Open VLD	695
Dewinter Filip	Vlaams Belang	359
Meyrem Almaci	Groen!	176
Monica De Coninck	Stadslijst	163
Ludo Van Campenhout	N-VA	154
Wouter Vanbesien	Groen!	127
Peter Mertens	PVDA+	122
Robert Voorhamme	Stadslijst	87

Tabel 1: Top tien van kandidaten met meeste vermeldingen in kranten.

Bovenstaande tabel geeft een overzicht van de top tien van kandidaten die het meeste vermeldingen haalde in kranten. Het mag niet verbazen dat de lijsttrekkers allen terug te vinden zijn in bovenstaande tabel. Uit analyse blijkt ook dat zij, de lijsttrekkers (M = 592; SD = 465), significant meer vermeld worden in vergelijking met de andere kandidaten (M = 5,6; SD = 18). Meer dan dat zelfs: zij worden gemiddeld tien keer zoveel vermeld ($p < .05$).

Spreektijd: Nieuwsitems "campagne 14.10"

Alle nieuwsitems op de website van ATV met de tags *14.10* en *Antwerpen* werden gecodeerd. Hiervan werd de spreektijd in seconden van politici die aan het woord kwamen bijgehouden. Het gaat enkel over politici die kandidaat waren voor de gemeenteraadsverkiezingen van 2012 in de stad Antwerpen. Deze nieuwsitems werden onderzocht over een periode van zes maanden: met andere woorden, van 13 april 2012 tot 13 oktober 2012. Over deze periode kwamen slechts 10 procent van de kandidaten aan het woord in deze nieuwsitems. Onderstaande tabel geeft duidelijk aan dat het vooral de grote kopstukken zijn die de seconden wegkapen. Verder heeft Open VLD de meeste spreektijd verkregen.

Kandidaat	Partij	Spreektijd in seconden
Bart De Wever	N-VA	428
Patrick Janssens	Stadslijst	331
Filip Dewinter	Vlaams Belang	330
Annemie Turtelboom	Open VLD	250
Meyrem Almaci	Groen!	189
Mertens Peter	PVDA+	129
Freya Piryns	Groen!	126
Wouter Vanbesien	Groen!	125
Axel Polis	Open VLD	112
Eddy Baelemans	Open VLD	94

Tabel 2: Spreektijd per kandidaat bij nieuwsitems van ATV, in seconden.

ATV: (Politieke) praatprogramma's

ATV is de regionale zender van de provincie Antwerpen. Zij hebben tijdens de campagne voor de gemeenteraadsverkiezingen van 2012 debatten georganiseerd over uiteenlopende thema's. In totaal ging het over acht debatten met volgende thema's: Diversiteit, Gezond leven in mobiele stad, Veiligheid, Wonen, Sport en cultuur, Stadsontwikkeling, Haven en economie en Onderwijs.

Deze werden uitgezonden, maar waren ook integraal online te bekijken op de website van ATV. Hiervan werd gecodeerd wie er in de studio aanwezig was om mee te debatteren.

Hetzelfde is gedaan voor het praatprogramma "Wakker op Zondag". Hierbij werd gekeken welke personen en partijen ruimte kregen om zichzelf voor te stellen en mee te discussiëren. Deze zijn gecodeerd vanaf zes maand voorafgaand aan de verkiezingen: dit wil zeggen dat alles gecodeerd is vanaf de aflevering op zondag 22 april 2012. Enkel de personen die kandidaat waren voor de gemeenteraadsverkiezingen van 2012 in Antwerpen zijn opgenomen en gecodeerd als dusdanig.

In totaal kwamen 17% van de kandidaten voor de Antwerpse gemeenteraadsverkiezingen aan bod op de regionale televisie. Dit is zowel in de debatten als in het programma "Wakker op Zondag". Indien we dit vergelijken met de krantenresultaten, merken we dat er in kranten meer ruimte is voor de 'kleine garnalen', aangezien 45 procent van de kandidaten wel aan bod kwam in de geschreven pers. We moeten hierbij echter opmerken dat we verschillende dingen vergelijken: zo werd bij de krantenartikelen iedereen meegenomen die vermeld werd, terwijl bij de debatten en de spreektijd enkel kandidaten opgenomen werden die effectief aan het woord kwamen.

Bovendien moet opgemerkt worden dat er een hoge correlatie bestaat tussen de spreektijd in seconden en de metingen van de krantenartikelen. De correlatie bedraagt .878 ($p < .01$). Dit zou voor een mogelijke verdeling kunnen zorgen in de meting van media-aandacht: de nieuwsitems, gemeten via krantenartikelen en via seconden in de nieuwsitems die verbonden zijn aan de kiesstrijd, scheiden zich duidelijk af van de resultaten van de debatten en van de meting van Wakker op Zondag. Deze zouden eerder bestempeld kunnen worden als zijnde politieke praatprogramma's/politieke debatten. Tussen deze beide bestaat een correlatie van .322 ($p < .01$).

2.4 INTERNET

Internet is een relatief nieuw gegeven in het onderzoek naar voorkeurstemmen. Daarom is nog niet helemaal duidelijk welke invloed internet en online platforms kunnen hebben op voorkeurstemmen. Zo verschillen de resultaten tussen landen, verkiezingen en contexten. Omdat er slechts in beperkte mate onderzoek naar internet bestaat in relatie tot voorkeurstemmen is de meting relatief bruto. Er zal onderscheid gemaakt worden tussen het hebben van een persoonlijke website die volledig gewijd is aan de politicus zelf, tussen een site van de individuele politicus maar onder de noemer van de partijwebsite of tussen een facebook pagina. Indien een kandidaat over één of meerdere van deze zaken beschikten, werd dit als dusdanig gecodeerd. Uiteindelijk behaalden alle kandidaten een score gaande van 0 tot en met 3.

Deze data waren echter niet beschikbaar voor de PVDA+, en analyses gebeuren dus enkel met de vijf resterende partijen: Open VLD, N-VA, VB, Stadslijst en Groen!¹.

Uit analyses blijkt dat politici het internet steeds meer gebruiken. Zo had slechts 21 procent van alle kandidaten geen enkele eigen stek op het online web. Dit wil zeggen dat er van deze kandidaten geen facebookpagina, eigen website of eigen plaats op de partijwebsite is teruggevonden. 44 procent van de kandidaten had minstens één eigen webstek, terwijl de resterende groep, meer dan 34 procent, meer dan één internetpagina had. Dit toont toch aan dat politici en politieke partijen hierin investeren. De Stadslijst springt er qua internetgebeuren uit: het gemiddelde ligt significant hoger in vergelijking met alle andere partijen ($p < .01$). Het omgekeerde geldt voor het VB: de score ligt significant lager in vergelijking met alle andere partijen ($p < .01$).

Partij	Partij website	Facebook	Persoonlijke website	Internetscore: gemiddeld (SD)
Open VLD	10	24	26	1.09 (1.06)
N-VA	55	7	8	1.27 (.59)
Vlaams Belang	0	14	11	.44 (.69)
Stadslijst	54	36	19	1.98 (.85)
Groen!	55	18	8	1.47 (.66)

Tabel 3: Online aanwezigheid, per partij.

2.5 POLITIEK MANDAAT

Om dit juist te meten werd een onderverdeling tussen de verschillende niveaus waar men het politieke mandaat bekleeft gemaakt: lokaal, regionaal, federaal of Europees. Maar omdat er slechts enkelingen zijn die kandidaat zijn voor de gemeenteraadsverkiezingen in Antwerpen én op de hogere niveaus een mandaat bekleden, worden deze samengenomen om zo zinnigere analyses te kunnen uitvoeren. Zo blijven er twee groepen over: enerzijds lokale mandaten zoals burgemeesters, schepenen en gemeenteraadsleden, anderzijds mandaten op een hoger niveau zoals federale of Europese parlementsleden. Het hebben van deze mandaten werd gemeten tijdens de campagne van 2012 en enkel de kandidaten die op dat moment een lopend mandaat hadden zijn gecodeerd. Het gaat dus over de volgende mogelijkheden: gemeenteraadslid in Antwerpen (2006-2012), Vlaams parlements- of regeringslid (2009-2014), federaal parlements-, senaats- of regeringslid (2010-2014) of Europees parlements lid (2009-2014).

Van alle 330 kandidaten hadden 47 mensen, oftewel 14,2%, in de voorgaande legislatuur een politiek mandaat. Indien men meer specificeert, bleek dat 4,8 procent van de kandidaten een regionaal, federaal of Europees mandaat heeft, terwijl er 11,8 procent van de kandidaten een

¹ Deze data werden mij aangereikt door professor Peter Van Aelst (Universiteit van Antwerpen).

voorgaand lokaal mandaat had. Deze mensen zetelden, met andere woorden, in de voorgaande legislatuur in de gemeenteraad van Antwerpen.

2.6 VERKIEZINGSUITGAVEN

Kandidaten zijn verplicht om na de verkiezingen te duiden welke budgetten ze uitgegeven hebben aan de campagne. Het gaat over de persoonlijke bijdrage die ze zelf opgelegd hebben, bovenop de partijuitgaven. Deze data zijn slechts 15 dagen raadpleegbaar².

De uitgaven zijn opgesplitst in twee delen: enerzijds is er de persoonlijke campagne van de kandidaten, waarvan men zelf beslist wat men doet en hoe men het aanpakt. Deze beslist namelijk zelf hoeveel budget men hieraan besteed. Anderzijds is er de gemeenschappelijke campagne van de lijst. Het gaat dan over affiches, gemeenschappelijke folders, etc. Ook deze gemeenschappelijke campagne wordt bij sommige partijen, deels gefinancierd door de kandidaten zelf.

Kandidaten en partijen zijn echter niet altijd even correct met deze in te dienen: zo heeft niemand van de PVDA+ en VB zijn uitgaven laten registreren. PVDA+ gaat echter van het principe uit dat hun kandidaten geen persoonlijke uitgaven horen te doen in een campagne, vandaar dat men kan aannemen dat deze kandidaten effectief geen euro eigen inbreng gedaan hebben. Van het VB is er niets geweten, deze zullen dan ook aanzien worden als missing. Hetzelfde zal gelden voor andere kandidaten die dit niet ingediend hebben.

De persoonlijke campagne uitgaven van de kandidaten bedroeg gemiddeld 422 euro, terwijl het gemiddelde voor de gemeenschappelijke campagne een pak hoger lag, namelijk 2364 euro. Wat betreft de persoonlijke campagne zit het grootste verschil vooral tussen de stadslIJst en N-VA aan de ene kant, en Groen! en PVDA+ aan de andere kant. Hier wordt direct duidelijk dat Groen! ($M = 2,2$; $SD = 10$) en PVDA+ ($M = 0$; $SD = 0$) slechts een beperkt budget spenderen aan de campagne, waar N-VA ($M = 473$; $SD = 694$) en de StadslIJst ($M = 990$; $SE = 1749$) een groter budget spendeerden ($p < .01$).

Wat de gemeenschappelijke campagne betreft concluderen we dat er te weinig kandidaten hun uitgaven hebben doorgespeeld. Slechts 121 kandidaten van slechts drie verschillende partijen, N-VA, StadslIJst en PVDA+, gaven deze data door (hoewel dit verplicht is), waardoor analyses weinig zinvol zijn. Bij PVDA+ gaven de kandidaten namelijk niets uit ($M = 0$; $SD = 0$), terwijl dit bij N-VA ($M = 3767$; $SD = 3217$) en StadslIJst ($M = 4461$; $SD = 1502$) gemiddeld toch een behoorlijk bedrag was. De koplopers qua uitgaven zijn toch voornamelijk bij de StadslIJst te zoeken: Hassan Aarab, Karim Bachar en Fatma Akbas gaven het meeste uit van alle kandidaten die de gegevens hebben doorgespeeld. Dit was respectievelijk: 17 387, 16 358 en 13 797 euro.

² Deze gegevens werden mij ter hand gesteld door professor Peter Thijssen (Universiteit van Antwerpen).

In verdere analyses zal er telkens gewerkt worden met de variabele 'persoonlijke campagne'. Deze weerspiegelt het meest de eigen inbreng en de mate van campagnevoering. Overigens zijn er van deze variabele ook de meeste bedragen beschikbaar: 194 van de 330 kandidaten vulden deze namelijk in. De overige variabelen, 'gemeenschappelijke campagne' en 'totaal uitgaven' zullen dus niet meegenomen worden in de verdere analyses omdat een té beperkt aantal kandidaten dit correct ingevuld en doorgespeeld heeft.

DEEL 6: RESULTATEN

1. BESCHRIJVING VAN DE DATA: VOORKEURSTEMMEN

Alle partijen konden bij de gemeenteraadsverkiezingen van 2012 rekenen op een aanzienlijk percentage voorkeurstemmen. Dit neemt echter niet weg dat er toch enkele verschillen te vinden waren. Bij N-VA, de Stadslijst en PVDA+ stemden het meeste kiezers met voorkeurstem, respectievelijk 85, 82 en 82 procent. De andere partijen stelden het met niet veel minder. Zo stemde 77 procent van het electoraat van het VB met voorkeurstem. Voor Open VLD ging het om 76 procent. Groen! sluit het rijtje af met 74%. Dit toont aan dat het gebruik van de voorkeurstem populairder is dan ooit.

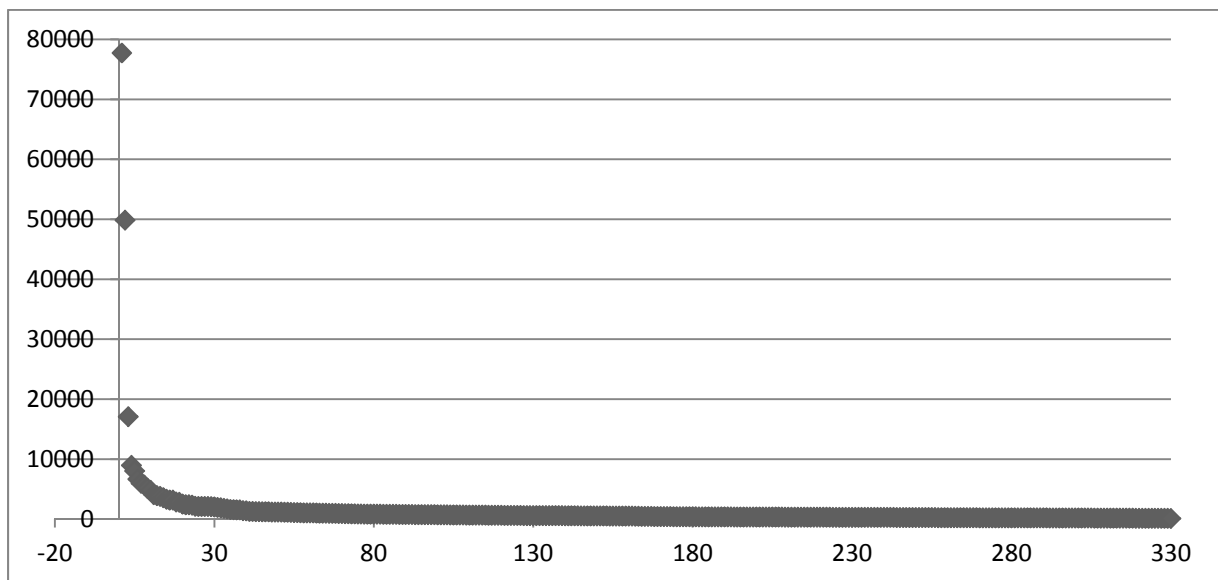
Het zal niet verrassen dat de voorkeurstemmen scheef verdeeld zijn over de kandidaten. Het gemiddelde was 1216, terwijl de mediaan slechts 465 bedroeg. Dit laat zien dat er enkele uitschieters aanwezig zijn in de dataset. In onderstaande tabel wordt duidelijk over welke personen het gaat.

Partij	Naam	# Voorkeurstemmen
N-VA	Bart De Wever	77732
Stadslijst	Patrick Janssens	49858
Vlaams Belang	Filip Dewinter	17085
PVDA+	Peter Mertens	8976
Groen!	Meyrem Almaci	8037
Stadslijst	Yasmine Kherbache	6660
N-VA	Ludo Van Campenhout	5967
Open VLD	Annemie Turtelboom	5685
N-VA	Liesbeth Homans	5148
Stadslijst	Philip Heylen	4813
N-VA	Rob Van De Velde	4081
Stadslijst	Güler Turan	3933
PVDA+	Mohamed Chebaa Amimou	3781
Stadslijst	Marc Van Peel	3570
Groen!	Wouter Vanbesien	3311
Vlaams Belang	Anke Van Dermeersch	3170
N-VA	Chris Morel	3166
PVDA+	Zohra Othman	2848
Stadslijst	Karim Bachar	2790
Stadslijst	Monica De Coninck	2507

Tabel 4: Twintig kandidaten met meeste voorkeurstemmen.

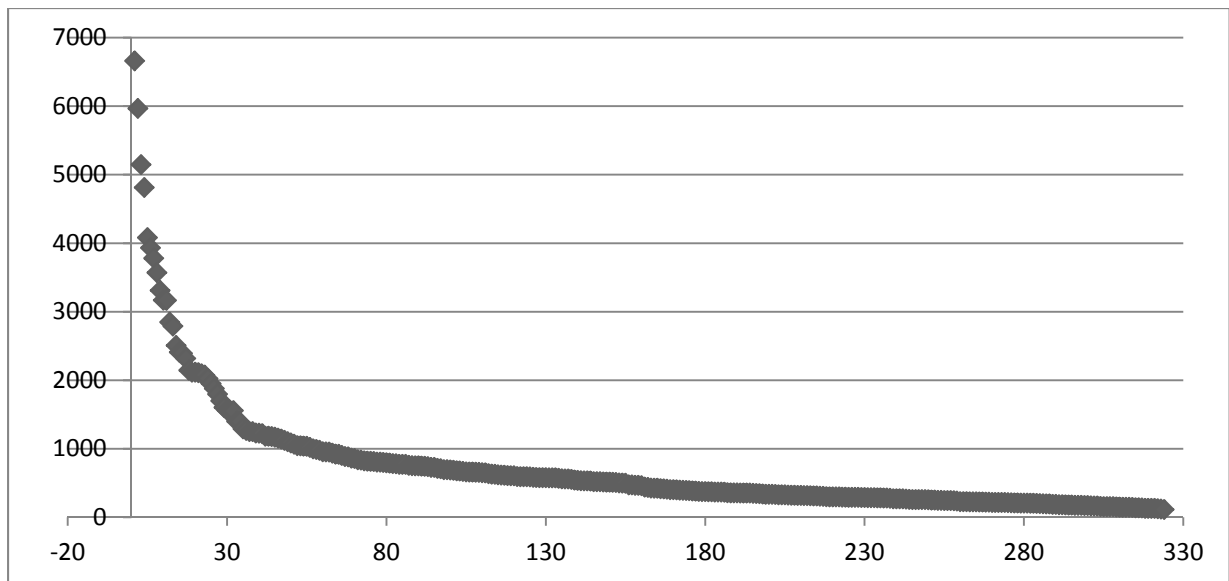
In de tabel 4 staan de twintig kandidaten die het meeste voorkeurstemmen behaald hebben. Zoals de stemmen laten zien, is er behoorlijk veel spreiding. Zelfs tussen de laatste vijf kandidaten zijn er meer dan 600 stemmen verschil. Dit verschil is groter dan het gemiddelde aantal voorkeurstemmen (465). Dit wijst erop dat deze dataset niet normaal verdeeld is. Vandaar dat er verder zal gewerkt worden aan de hand van een logaritmische verdeling van het aantal voorkeurstemmen ($\log(\text{voorkeur})$).

Hieronder staan twee grafieken: de eerste grafiek is de verdeling van de voorkeurstemmen van alle kandidaten. De tweede is de verdeling van de voorkeurstemmen zonder de lijsttrekkers. Zoals duidelijk te zien is, blijft de scheve verdeling ook aanhouden in de tweede grafiek. Dit doet besluiten dat de data niet enkele scheef verdeeld zijn bij de echte toppers qua hoeveelheid voorkeurstemmen, maar evenzeer bij de overige 324 kandidaten. Er wordt dan ook besloten om ook met de tweede analyse, deze zonder lijsttrekkers, met de logaritmische functie te werken.



Figuur 1: Verdeling voorkeurstemmen met alle kandidaten.

De drie uitschieters die men op bovenstaande grafiek kan zien zijn Bart De Wever, Patrick Janssens en Filip Dewinter. Bij de grafiek hieronder zijn deze er uitgehaald.



Figuur 2: Verdeling voorkeurstemmen, exclusief lijsttrekkers.

De vier uitschieters zijn Yasmine Kherbache, Ludo Van Campenhout, Liesbeth Homans en Philip Heylen. Vanaf 4000 voorkeurstemmen volgen de kandidaten elkaar steeds sneller op en wordt de afstand tussen hen kleiner op gebied van aantal voorkeurstemmen. Maar zoals eerder al gezegd blijft dit een scheve verdeling, waardoor er besloten wordt ook voor de analyses zonder de lijsttrekkers de logaritmische functie te hanteren. In bijlage 3 kan men een histogram vinden met de logaritmische verdeling van de voorkeurstemmen van alle kandidaten. Deze werd gehanteerd om de scheve verdeling die er voordien was te normaliseren.

2. VOORKEURSTEMMEN EN MEDIA-AANDACHT

De belangrijkste onafhankelijke variabele in dit onderzoek is media-aandacht. Om die reden zal de relatie tussen voorkeurstemmen en media-aandacht verder uitgediept worden. Deze variabele werd op diverse manieren gemeten om een zo accuraat mogelijk beeld te schetsen.

	Met Lijsttrekkers		Zonder Lijsttrekkers	
	Beta	Std. Error	Beta	Std. Error
Kranten	.944 ***	2,27	.491 ***	2,63
Spreektijd	-.008 NS	5,58	.018 NS	2,67
ATV: debatten + WoZ	-.026 NS	315,41	.200 ***	130,26

Tabel 5: Regressiescores met voorkeurstemmen als afhankelijke variabele.

Bovenstaande tabel geeft de resultaten weer van de regressiescores tussen media-aandacht en voorkeurstemmen als afhankelijke variabele. Er werd een onderscheid gemaakt tussen de regressie met de lijsttrekkers, en deze zonder. Wanneer de lijsttrekkers meegenomen worden in de analyses, kan men opmerken dat enkel de vermeldingen in kranten significant zijn. Deze variabele is, zonder controle voor andere factoren, heel bepalend voor voorkeurstemmen. Het komt erop neer dat hoe meer men vermeld wordt in kranten, hoe meer voorkeurstemmen men haalt. De andere twee variabelen, spreektijd en ATV-tijd, doen weinig ter zake. Wanneer de lijsttrekkers echter niet meegenomen worden, zien de resultaten er heel anders uit. De vermeldingen in dagbladen blijft een grote voorspeller, maar ook de regionale televisie speelt een rol. Hieruit kan men afleiden dat de voorkeurstemmen van de toppers voornamelijk verklaard worden vanuit de vermeldingen in dagbladen, terwijl aan het woord komen op de regionale televisie weinig extra oplevert voor deze toppers. Wanneer er echter geen rekening meer gehouden wordt met de lijsttrekkers, maakt de regionale televisie wel degelijk een verschil: wie op de regionale televisie ATV aan bod geweest is, kan rekenen op aanzienlijk meer voorkeurstemmen. Wat betreft de spreektijd tijdens de nieuwsitems op ATV blijkt er tweemaal geen statistisch significant verband te zijn. Dit kan vragen opwekken, aangezien dit aanzien kan worden als tegenhanger voor de vermeldingen in kranten, maar dan via een beeldend medium. Als op de regionale televisie aan bod komen echt een rol speelt, dan moet dit gegeerd zijn binnen de partijen. Indien men dan weet dat er slechts 51 kandidaten aan bod geweest zijn, of op Wakker op Zondag, of bij de debatten, dan zijn deze posities beperkt. Voor de vermeldingen in dagbladen is de situatie anders: ongeveer de helft van de kandidaten kwam namelijk minstens eenmaal aan bod in de kranten. Men kan echter een eenmalige vermelding in een krant moeilijk vergelijken met een paar minuten spreektijd op een regionale televisiezender. Doch kan men concluderen dat alle kleine beetjes helpen.

3. MULTIVARIATE ANALYSE

Omdat te verwachten is dat de lijsttrekkers de scores vertekenen, worden er aparte analyses uitgevoerd. De eerste analyse (3.1) zal gebeuren met de lijsttrekkers inclusief, terwijl de tweede (3.2) zonder de lijsttrekkers uitgevoerd zal worden. Een derde analyse (3.3) zal uitgevoerd worden met alle partijen, behalve PVDA+. Alle analyses zullen gebeuren met de logaritmische functie van de voorkeurstemmen omdat dit leidt tot een normalisering van de afhankelijke variabele.

3.1 MET LIJSTTREKKERS

Variabelen	Beta	Std. Error	Beta	Std. Error	Beta	Std. Error	Beta	Std. Error	Niet gest. B
Geslacht	-.023 NS	.096	.003 NS	.087	.030 NS	.080	.038 NS	.075	.03
Leeftijd	.007 NS	.003	-.015 NS	.003	.038 NS	.003	.042 NS	.003	.00
Afkomst	.120 *	.133	.177 *	.121	.118 **	.113	.141 **	.106	.16
Resultaat van de lijst	.515 ***	.004	.491 ***	.003	.428 ***	.003	.443 ***	.003	.02
Plaats van de kandidaat	-.338 ***	.003	-.324 ***	.003	-.274 ***	.003	-.225 ***	.003	-.01
Lijsttrekker	.392 ***	.375	.319 ***	.363	.303 ***	.333	.139 NS	.599	.43
Eerste vrouw	.114 *	.379	.096 NS	.354	.071 NS	.325	.054 NS	.310	.17
Lijstduwer	.254 ***	.362	.208 ***	.334	.153 **	.314	.124 **	.297	.38
BV			.054 NS	.199	.049 NS	.200	.017 NS	.189	.03
Lokaal mandaat			.205 ***	.142	.157 **	.134	.109 *	.128	.14
Ander mandaat			.128 *	.233	.092 NS	.216	.039 NS	.215	.08
Internet					.257 ***	.050	.202 ***	.049	.09
Uitgaven					.017 NS	.000	-.025 NS	.000	.00
Vermeldingen kranten							.072 NS	.001	.00
Spreekijd nieuws							.123 NS	.002	.00
ATV							.187 **	.144	.20
R²	.687		.750		.795		.826		

Tabel 6: Regressiescores met log(voorkeurstemmen) als afhankelijke variabele. Met NS = niet significant; *** = $p < .001$; ** = $p < .01$; * = $p < .05$

De eerste factoren die toegevoegd werden zijn de sociaal-demografische variabelen. Uit de resultaten blijkt dat, van deze sociaal-demografische variabelen, enkel de afkomst van de kandidaten van belang is. Geslacht en leeftijd zijn op geen enkel moment doorheen de analyse significant. Wat de afkomst betreft kan men een positief significant verband opmerken doorheen de het hele proces. Kandidaten van allochtone afkomst behaalden significant meer voorkeurstemmen dan kandidaten van autochtone origine. Concreet betekent dit dat bij deze

verkiezingen een kandidaat van allochtone afkomst gemiddeld 16 procent meer voorkeurstemmen kan verwachten.

In de volgende stap worden de lijstkenmerken erbij gehaald. Als eerste blijkt het resultaat van de lijst van groot belang. Het is niet onlogisch dat wanneer de partij beter scoort, de kandidaten van die partij ook meer voorkeurstemmen krijgen. De kans dat iemand op hen stemt wordt namelijk groter wanneer meer mensen die partij selecteren. Deze variabele blijkt over de hele lijn positief significant te zijn. Wat dit juist wil zeggen, kan men duiden met een voorbeeld: bij deze analyses worden zes partijen meegenomen. De uitslag van de voorbije verkiezingen was als volgt: N-VA (37,7%), Stadslijst (28,6%), Vlaams Belang (10,2%), Groen! (8%), PVDA+ (8%) en Open VLD (5,5%). Wanneer een kandidaat op de kieslijst van Vlaams Belang zou gestaan hebben, zou deze, enkel door van partij te wisselen meer of minder voorkeurstemmen halen. Wanneer deze zelfde kandidaat voor de Stadslijst zou opgekomen zijn, zou deze gemiddeld 2% meer voorkeurstemmen behaald hebben. Wanneer dit voor Groen! of PVDA+ zou zijn, zou dit gemiddeld 2% minder voorkeurstemmen opgeleverd hebben. Een tweede voorspeller is de plaats die een kandidaat inneemt op de kieslijst. Deze variabele is ook over de hele lijn significant, hetzij wel negatief. Als men dit concreet gaat interpreteren, wil dit zeggen dat hoe lager een kandidaat staat op de kieslijst, hoe meer voorkeurstemmen de kandidaat zal krijgen. Bij deze verkiezingen bleek dat indien een kandidaat een plaats hoger gaat staan op de kieslijst, deze dan gemiddeld gezien beloond werd met 1% meer voorkeurstemmen. Indien men dan bedenkt dat er 55 plaatsen zijn op een kieslijst, kan dit wel een behoorlijke impact hebben. De volgende drie voorspellers sluiten hier nauw bij aan: het gaat om de lijsttrekkerspositie, de eerste vrouw op de kieslijst en de lijstduwer. Enkel de positie van lijstduwer is over de hele lijn significant. Concreet kan men stellen dat kandidaten die een kieslijst geduwd hebben, daardoor gemiddeld 38% bonusstemmen gehaald hebben. Bijvoorbeeld: in een stad waar er 55 plaatsen te verdelen zijn, levert die laatste plaats op de lijst een voordeel van 38% op. Wanneer er echter 56 plaatsen zouden zijn, levert die 55^{ste} plaats 38% minder stemmen op dan de 56^{ste} plaats. Uit vorige onderzoeken blijkt de eerste vrouwelijke kandidate op de kieslijst steeds significant meer voorkeurstemmen te halen. De analyses bevestigen dit echter niet. In den beginne blijkt het wel significant positief te zijn, maar zodra de variabele 'mandaat' en BV toegevoegd wordt valt dit effect weg. Na verdere analyse bleek dat de variabele 'ander mandaat' dit effect opsloopte. Dit kan erop wijzen dat de eerste vrouwen op de kieslijst vaak toppolitica's zijn, waardoor het mandaat zwaarder gaat doorwegen dan enkel het feit dat men de eerste vrouwelijke kandidate is op de kieslijst. De laatste belangrijke positie is deze van lijsttrekker. De variabele blijft significant tot wanneer de verschillende media variabelen toegevoegd worden. Dit is te verklaren doordat lijsttrekkers vaak het gezicht van de kieslijst zijn. Hierdoor zijn ze extra zichtbaar voor allerlei media. Dit wordt bevestigd door eerdere gegevens: lijsttrekkers (M = 592;

SD = 465) worden meer dan tien keer meer vermeld in dagbladen dan andere kandidaten ($M = 5,6$; $SD = 18$). Het is dus niet verrassend dat deze mensen hoog scoren op de media variabelen, waardoor het effect van het lijsttrekkerschap wegvalt.

De volgende variabelen zijn de BV's en de verschillende mandaten. Over het BV-schap kan men kort zijn: dit is in geen enkele analyse significant gebleken. Dit wil zeggen dat bekendere mensen niet noodzakelijk meer stemmen krijgen. Er werd geen verschil gevonden tussen kandidaten die gecodeerd werden als BV en de overige kandidaten. Verder kan men opmerken dat het lokale mandaat wél een invloed heeft op het aantal voorkeurstemmen dat een kandidaat behaalt. Wanneer alle variabelen toegevoegd zijn in het model kan men concluderen dat kandidaten die voorgaand aan deze verkiezingen een lokaal mandaat uitgeoefend hebben, gemiddeld 14% meer stemmen achter hun naam kregen. Hetzelfde kan echter niet gezegd worden over de andere mandaten. Deze zijn significant tot het moment dat media aan het model toegevoegd wordt. Het levert, met andere woorden, weinig of niets op om een mandaat uit te oefenen op een niet-gemeentelijk niveau. Men kan hier wel aan toevoegen dat er opnieuw een onrechtstreeks effect is want de invloed van mandaat wordt opgeslorpt door de media. Men zou, met andere woorden, kunnen concluderen dat kandidaten met een voorgaand niet-gemeentelijk mandaat meer in de media komen, waardoor men meer voorkeurstemmen behaalt heeft.

In het derde model worden de variabelen internet en uitgaven aan de analyse toegevoegd. Zoals men kan zien in de tabel heeft internet een positief significant effect op de voorkeurstemmen. Dit wil zeggen dat hoe meer een kandidaat online aanwezig was, hoe meer voorkeurstemmen deze gehaald heeft. In concrete gegevens komt het hierop neer: wanneer een kandidaat online actief was, stijgt zijn percentage voorkeurstemmen met 9 procent. De volgende variabele zijn de persoonlijke uitgaven. Zoals eerder al aangegeven zijn er slechts van 194 kandidaten gegevens. Het is verrassend dat deze variabelen over de hele lijn niet significant blijkt. Voor deze verkiezingen geldt dat kandidaten die een groter budget gependend hebben, hier geen extra voorkeurstemmen aan overgehouden hebben.

Het laatste groepje variabelen zijn de diverse media factoren. Het is opvallend dat de vermeldingen in kranten en de spreektijd geen enkel effect hebben op de hoeveelheid voorkeurstemmen. Uit de theorie zou men verwachten dat dit net wel effect zou hebben. De variabele die echter wel een significant positief verband laat zien is de ATV factor. Deze houdt de debatten die uitgezonden werden op ATV en de afleveringen van Wakker op Zondag gedurende zes maanden in. Het is duidelijk dat kandidaten die op één van beide (politieke) praatprogramma's aan bod kwamen, significant meer voorkeurstemmen gekregen hebben. Deze kandidaten hebben gemiddeld 20% meer voorkeurstemmen achter hun naam gekregen dan kandidaten die niet uitgenodigd werden in de studio.

Uit deze analyse blijkt het resultaat van de kieslijst de sterkste factor te zijn. Daaropvolgend blijkt de plaats van een kandidaat op de lijst een predictor te zijn. Verder verklaren factoren zoals afkomst, lijstduwerspositie, een lokaal mandaat hebben, online actief zijn en debatteren in de ATV studio's de voorkeurstemmen bij de voorbije gemeenteraadsverkiezingen.

3.2 ZONDER LIJSTTREKKERS

De onderstaande analyse werd uitgevoerd zonder lijsttrekkers. Dit werd beslist omdat de lijsttrekkers zorgden voor een abnormale verdeling doordat deze erg veel voorkeurstemmen behaald hebben. Dit houdt dan ook in dat onderstaande resultaten niet op hen van toepassing zijn.

Variabelen	Beta	Std. Error	Beta	Std. Error	Beta	Std. Error	Beta	Std. Error	Niet gest. B
Geslacht	-.018 NS	.094	.012 NS	.086	.046 NS	.078	.054 NS	.072	.04
Leeftijd	.006 NS	.003	-.014 NS	.003	.052 NS	.003	.044 NS	.003	.00
Afkomst	.139 *	.132	.138 *	.120	.137 **	.111	.152 **	.103	.15
Resultaat van de lijst	.581 ***	.004	.559 ***	.003	.476 ***	.003	.482 ***	.003	.01
Plaats van de kandidaat	-.369 ***	.003	-.365 ***	.003	-.302 ***	.003	-.263 ***	.003	-.01
Eerste vrouw	.192 **	.428	.160 **	.393	.143 **	.356	.107 *	.337	.35
Lijstduwer	.296 ***	.354	.239 ***	.328	.176 **	.303	.144 **	.286	.38
BV			.066 NS	.195	.049 NS.	.194	.005 NS	.182	.01
Lokaal mandaat			.206 ***	.142	.144 **	.132	.094 NS	.125	.11
Ander mandaat			.162 **	.240	.120 *	.219	.052 NS	.225	.10
Internet					.304 ***	.049	.240 ***	.047	.09
Uitgaven					.043 NS	.000	.022 NS	.000	.00
Vermeldingen kranten							.161 **	.003	.01
Spreekijd nieuws							.049 NS	.003	.00
ATV							.105 NS	.155	.10
R²	.596		.677		.743		.786		

Tabel 7: Regressiescores met log(voorkeurstemmen) als afhankelijke variabele, exclusief lijsttrekkers. Met NS = niet significant; *** = $p < .001$; ** = $p < .01$; * = $p < .05$

De volgorde waarin de variabelen toegevoegd worden aan het model is dezelfde als bij de regressies met de lijsttrekkers. De resultaten daarentegen zijn niet dezelfde. Er wordt ook begonnen met de sociaal demografische factoren: geslacht, leeftijd en afkomst. Opnieuw is het enkel afkomst die een significant verband laat zien. Dit verband is ook hier positief: kandidaten van allochtone afkomst kregen gemiddeld gezien 15 procent meer voorkeurstemmen. Voor geslacht en leeftijd werd geen verband gevonden.

Aansluitend hierbij worden de lijstkenmerken toegevoegd in de analyse. Het gaat om de variabelen: resultaat van de kieslijst, plaats van de kandidaat op de lijst, de eerste vrouw op de lijst en de lijstduwerspositie. Deze blijken allemaal significant. Dit wil zeggen dat hoe hoger de lijst scoort, hoe meer voorkeurstemmen de kandidaten gemiddeld gezien krijgen. Verder blijkt ook de plaats die de kandidaat inneemt op de kieslijst significant te zijn. Deze is echter negatief: hoe dichter een kandidaat bij de eerste plaats staat, hoe meer voorkeurstemmen deze krijgt. Deze bonus is echter klein: per plaats dat kandidaten opschuiven naar voor heeft men een stijging van 1 procent in voorkeurstemmen ontvangen. Daarnaast kreeg de eerste vrouw op de kieslijst ook een electorale beloning. Deze bedroeg 35% extra voorkeurstemmen. Hetzelfde geldt voor de lijstduwer: wie de laatste plaats inneemt op de lijst werd hier bij de gemeenteraadsverkiezingen voor beloond. Zo behaalden deze kandidaten gemiddeld 38% meer voorkeurstemmen dan dat men kon verwachten op de 55^{ste} plaats.

In het tweede model worden bekendheid en mandaten in rekening gebracht. Opnieuw heeft bekendheid geen betekenisvolle impact. Bekende kandidaten krijgen gemiddeld niet meer, maar ook niet minder voorkeurstemmen. Voor wat mandaten op een niet-gemeentelijk niveau betreft kan men tot dezelfde conclusie komen. Dit draagt op geen noemenswaardige manier bij tot het verklaren van voorkeurstemmen. De lokale mandaten daarentegen zijn ook niet significant in het uiteindelijke model maar het significantieniveau van deze variabele is wel opmerkelijk. Dit bedraagt namelijk .052. Hierdoor heeft het de significantiegrens van .05 overschreden, maar kan het nog wel zinvol zijn om het resultaat te interpreteren. Kandidaten die voorafgaand aan de verkiezingen een lokaal mandaat opgenomen hadden hebben hier gemiddeld 11% van hun voorkeurstemmen mee verkregen.

In de volgende stap worden de campagne uitgaven en de online aanwezigheid toegevoegd aan het model. Uitgaven blijken ook zonder de lijsttrekkers geen noemenswaardige effecten te genereren. Internet daarentegen is opnieuw een verklarende factor voor het aantal voorkeurstemmen dat een kandidaat gekregen heeft bij de laatste verkiezingen. Kandidaten die online aanwezig waren kregen gemiddeld 9% extra voorkeurstemmen.

De laatste groep die toegevoegd werd aan het model zijn de media variabelen. Spreektijd in de nieuwsitems en de ATV (politieke) praatprogramma's leveren weinig op. Enkel vermeldingen

in krantenartikelen levert een significante bijdrage op. Zo zouden kandidaten per extra vermelding 1% meer voorkeurstemmen behaald hebben.

Indien in het uiteindelijke model in consideratie genomen wordt, kan afgeleid worden dat het resultaat van de lijst veruit de sterkste factor is voor het verklaren van voorkeurstemmen. deze wordt gevolgd door de plaats die een kandidaat inneemt, inclusief lijstduwerspositie en de eerste vrouw op de lijst. Dit alles wordt gevolgd door de mate waarop de kandidaat online actief is, alsook door de vermeldingen in dagbladen. Om af te sluiten speelt ook de origine een rol: allochtone kandidaten krijgen immers meer voorkeurstemmen.

3.3 ANALYSE ZONDER LIJSTTREKKERS EN ZONDER PVDA+

PVDA+ is op vele vlakken een buitenbeentje. Zo heeft de partij geen mandaten, noch op lokaal, noch op nationaal niveau. Men is ook minder aanwezig in de media en probeert bovendien om een zo goedkoop mogelijke campagne uit te dokteren. Om deze redenen kan men beargumenteren dat het opportuun kan zijn om de analyses uit te voeren zonder deze partij. Het gaat dus om dezelfde analyse als 3.2 maar met uitzondering van PVDA+. Dit houdt dan wel in dat de resultaten hieronder enkel van toepassing zijn op de vijf resterende partijen: Open VLD, N-VA, Vlaams Belang, de Stadslidst en Groen!.

Variabelen	Beta	Std. Error	Beta	Std. Error	Beta	Std. Error	Beta	Std. Error	B
Geslacht	-.025 NS	.065	.011 NS	.057	.040 NS	.052	.056 *	.045	.04
Leeftijd	-.017 NS	.002	-.043 NS	.002	.017 NS	.002	.006 NS	.002	.00
Afkomst	.093 *	.094	.090 *	.082	.096 **	.074	.108 ***	.065	.12
Resultaat van de lijst	.608 ***	.003	.600 ***	.002	.533 ***	.002	.546 ***	.002	.02
Plaats van de kandidaat	-.376 ***	.002	-.371 ***	.002	-.316 ***	.002	-.256 ***	.002	- .01
Eerste vrouw	.177 ***	.315	.133 ***	.277	.119 ***	.251	.080 **	.222	.20
Lijstduwer	.301 ***	.248	.228 ***	.219	.170 ***	.203	.130 ***	.182	.34
BV			.084 * .124		.083 ** .112		.023 NS	.102	.05
Lokaal mandaat			.233 *** .088		.182 *** .081		.124 ***	.073	.16
Ander mandaat			.181 *** .149		.142 *** .136		.063 (.53)	.132	.16
Internet					.270 *** .032		.197 ***	.029	.08
Uitgaven					-.023 NS	.000	-.022 .000	.000	.00
Vermelding kranten							.161 ***	.001	.00
Spreektijd Nieuws							.063 (.055)	.002	.01
ATV							.142 ***	.085	.18
R²	.580		.725		.767		.864		

Tabel 8: Regressiescores met log(voorkeurstemmen) als afhankelijke variabele, exclusief lijsttrekkers en PVDA+. Met NS = niet significant; *** = $p < .001$; ** = $p < .01$; * = $p < .05$.

Opvallend is dat alle factoren die significant waren in de voorgaande regressies ook hier significant zijn. De vaststelling in het algemeen is echter dat de variabelen significanter geworden zijn. Vaak zijn de variabelen die voordien maar tot een lager significantieniveau behoorden, gestegen tot $p < .001$. Daarbovenop kan men opmerken dat een heel aantal andere variabelen ook significant geworden zijn.

Een eerste vaststelling is dat alle mandaten nu een rol spelen in het krijgen van voorkeurstemmen. Het regionale, nationale en Europese niveau zijn quasi significante voorspellers van voorkeurstemmen voor de partijen in de analyse. Het is zelfs zo dat kandidaten die voordien een mandaat uitoefenden in dit model gemiddeld 16 procent meer voorkeurstemmen achter hun naam kregen.

Een tweede observatie leert ons dat geslacht deze keer wel een rol speelt. Zo kregen vrouwen meer voorkeurstemmen dan mannen bij de gemeenteraadsverkiezingen in Antwerpen. Verder blijkt ook de eerste vrouw op de lijst en de positie van lijstduwer een bonus op te leveren. Men kreeg respectievelijk 20 en 34 procent meer voorkeurstemmen. Bovendien speelt ook etniciteit opnieuw een rol: kandidaten van allochtone afkomst kregen 12 procent meer voorkeurstemmen.

De belangrijkste vaststelling is echter dat alle media bronnen die opgenomen waren in het onderzoek, een significante relatie laten zien met betrekking tot de gekregen voorkeurstemmen. Zo zijn zowel spreektijd op het ATV nieuws, als debatteren in politieke praatprogramma's voorspellers voor electoraal succes van kandidaten. De vermeldingen in dagbladen waren voordien reeds significant. Het is echter vooral het deelnemen aan ATV debatten of praatprogramma's dat een verschil kan maken op het einde van de rit: kandidaten die hieraan deelnamen kregen gemiddeld 18 procent meer stemmen.

3.4 CONCLUSIE

In dit deel zullen de drie voorgaande analyses met elkaar vergeleken worden. Dit zal gebeuren op vlak van variabelen, resultaten en de verklaarde variantie. Tot slot zullen er ook enkele conclusies getrokken worden.

Indien de eerste twee analyses, met en zonder lijsttrekker, vergeleken worden zijn er weinig echte verschillen. De meeste variabelen zijn ofwel bij beiden significant, ofwel bij beiden niet significant. Er zijn echter een tweetal uitzonderingen. Zo blijkt de eerste vrouw op de kieslijst wel een verschil te maken indien de lijsttrekkers niet meegenomen worden. Dit kan mogelijk verklaard worden doordat twee lijsttrekkers ook de eerste vrouw op de kieslijst zijn. De hoge scores kunnen op dat moment eerder verklaard worden door de lijsttrekkersvariabele (en door media variabelen in het uiteindelijke model) dan door 'eerste vrouw op de lijst'.

Het voornaamste verschil kan gevonden worden bij de media variabelen. Deze variabelen zijn namelijk totaal verschillend in beide modellen. Zo zijn in de regressie met de lijsttrekkers enkel de (politieke) praatprogramma's significant, waar deze geen significante meerwaarde bieden in het model zonder lijsttrekkers. In dat model zijn het eerder de vermeldingen in dagbladen die een noemenswaardig effect lijken te genereren. Hieruit kan afgeleid worden dat voor de minder bekende politici vermeldingen in dagbladen een grote rol spelen. Deze kandidaten hebben minder kans om uitgenodigd te worden in de ATV-studio's en dit wordt ook weerspiegeld in de resultaten. Terwijl het voor de lijsttrekkers veeleer omgekeerd is: aanwezigheid in politieke praatprogramma's lijkt een garantie op electoraal succes voor bekende koppen. Het echte verschil tussen de drie analyses kan gevonden worden wanneer men

de regressie zonder lijsttrekkers en PVDA+ vergelekt met deze van 3.2. Zo zijn de belangrijkste variabelen van dit onderzoek, de mediafactoren, allemaal significant. Concreet wil dit zeggen dat media wel degelijk een rol speelt bij het uitdelen van voorkeurstemmen. Zo speelt ook geslacht voor de eerste keer een rol: vrouwelijke kandidaten hebben meer voorkeurstemmen gekregen.

Een laatste verschil is dat alle vormen van politieke mandaten (quasi) significant zijn. Concluderend kan gezegd worden dat politieke ervaring een pluspunt is om electoraal succes te bekomen.

Hypotheses	Met lijsttrekker	Zonder lijsttrekker	Zonder lijsttrekker én zonder PVDA+
Hypothese 1: Kandidaten die tot sociaal-demografische, ondervertegenwoordigde groep toebehoren, zoals vrouwen of allochtonen, krijgen significant meer voorkeurstemmen.	±	±	+
Hypothese 2: kandidaten die bekendheid verworven hebben in een niet-politieke, doch maatschappelijke sfeer, krijgen significant meer voorkeurstemmen	-	-	-
Hypothese 3: kandidaten die meer media-aandacht kregen, behalen significant meer voorkeurstemmen.	±	±	+
Hypothese 4: kandidaten die meer aanwezig zijn op het internet, halen significant meer voorkeurstemmen.	+	+	+
Hypothese 5: kandidaten die in het verleden reeds een politiek mandaat bekleed hebben, krijgen significant meer voorkeurstemmen	±	±	+
Hypothese 6: kandidaten die meer uitgeven tijdens de campagne, halen significant meer voorkeurstemmen.	-	-	/
Hypothese 7: kandidaten die een hogere plaats op de lijst bekleden, krijgen significant meer voorkeurstemmen.	+	+	+

Hypothese 7a: de lijsttrekker behaalt significant meer voorkeurstemmen.	-	/	/
Hypothese 7b: de lijstduwer behaalt significant meer voorkeurstemmen.	+	+	+
Hypothese 7c: de eerste vrouw op de lijst behaalt significant meer voorkeurstemmen.	-	+	+
Hypothese 8: kandidaten die op de electoraat succesvolle lijsten staan, behalen meer voorkeurstemmen.	+	+	+

Tabel 9: Samenvatting van de hypothesen.

De verklaarde variantie van de modellen is bij alle drie de analyses groot. Het uiteindelijke model met lijsttrekkers verklaart 82,6% van de variantie. Met andere woorden, 83% van de voorkeurstemmen wordt verklaard door de variabelen die in dit werk onder de loep genomen zijn. Bij de analyse zonder lijsttrekkers bedroeg deze niet veel minder, namelijk 78,6 procent. Dit wil zeggen dat 79% van de voorkeurstemmen van alle kandidaten, uitgezonderd van de lijsttrekkers, verklaard worden door de variabelen in het model. Voor de laatste analyse kan gesteld worden dat dit model ook 83% van alle voorkeurstemmen verklaard. Het echte verschil kan gevonden worden in de analyse zonder PVDA+.

Er kan echter niet gezegd worden dat de bovenstaande verklarende factoren in dezelfde mate van belang zijn. Zo zijn de variabelen die op het einde van de rit een wezenlijk verschil kunnen maken eerder beperkt. Een eerste kenmerk dat er voor kan zorgen dat kandidaten wel of niet verkozen raken is de plaats op de lijst. Het gaat dan niet over het kandidaat nummer, maar eerder over bepaalde posities. Zo maakt de lijstduwer, net zoals de eerste vrouwelijke kandidate, een stuk meer kans om deel uit te maken van de *lucky few*. Aangezien deze plaatsen verdeeld worden tijdens het vormen van de lijst, kan men concluderen dat de weken en maanden die vooraf gaan aan de campagne niet aan belang inboeten. Een tweede eigenschap die het verschil kan maken, is de ervaring die men heeft op politiek vlak. Het electoraat stemt liever op kandidaten die vooraf reeds laten zien hebben dat men iets kan betekenen wanneer men een politieke functie uitoefent. Dit kiezen kandidaten echter niet zelf. Het hangt van voorgaande verkiezingen af of men een politieke functie had. Vroeger hadden partijen echter meer in de pap te brokken als het op de verdeling van de mandaten aankwam, aangezien het geven van lijststemmen eerder als normaliteit aanzien werd (Ackaert, De Ceuninck, Reynaert, Steyvers & Valcke, 2007). Door het toenemend gebruik van voorkeurstemmen wordt de natuurlijke volgorde vaker doorbroken. Hierdoor kunnen kandidaten die een niet verkiesbare plaats gekregen hebben toch verkozen worden. Op die manier kan men toch een mandaat opnemen

waarna het niet ondenkbaar is dat men bij volgende verkiezingen meer voorkeurstemmen achter de naam zal krijgen. De derde optie om de kans te vergroten om verkozen te worden, is door te zorgen dat je media-aandacht krijgt. Deze analyses brengen stuk voor stuk naar voor dat het belangrijk is om in de kijker te lopen bij één of andere mediakanaal. Dit doet echter concluderen dat de media ook wel het een of het ander te zeggen hebben indien het om verkiezingen gaat. Men kan, bij wat de onderzochte gemeenteraadsverkiezingen betreft, niet langer de zwarte piet doorschuiven en ontkennen dat hetgeen de media naar buiten brengt, geen invloed heeft op hetgeen kiezers beslissen.

DEEL 6: DISCUSSIE

1. TERUGKOPPELING NAAR DE LITERATUUR

In dit deel zal eerst getracht worden om op de vooropgestelde onderzoeksvragen een antwoord te formuleren. Nadien zal gepoogd worden om na te gaan welke hypothesen bevestigd of ontkracht kunnen worden.

Het doel van dit onderzoek was om te achterhalen welke factoren van belang waren bij het verklaren van voorkeurstemmen. In het geval van de gemeenteraadsverkiezingen van 2012 in de stad Antwerpen zijn er enkele factoren die duidelijk naar voor komen, hetzij niet allemaal in dezelfde mate (zie 3.4 Conclusie). Zo kan men stellen dat geslacht, afkomst, resultaat van de lijst, plaats van de kandidaat op de kieslijst, eerste vrouw op de lijst, de lijstduwer, het hebben van een mandaat, hoe actief men op internet is, de vermeldingen in dagbladen en aanwezigheid op (politieke) praatprogramma's op ATV voorspellers zijn voor wat betreft persoonlijk electoraal succes.

De tweede onderzoeksvraag handelde rond de rol van de media bij voorkeurstemmen. Media blijkt een sterke indicator te zijn voor het verklaren van voorkeurstemmen. Het gaat dan zowel over geschreven nationale en regionale pers als de regionale televisie. Het komt er met andere woorden op neer dat aanwezig zijn of vermeld worden in de media een positieve zaak is voor kandidaten die ernaar streven om veel voorkeurstemmen te halen. Media beslissen, met andere woorden, onrechtstreeks mee welke kandidaten een zitje krijgen in de gemeenteraad.

Men kan ook stellen dat een aantal hypothesen bevestigd en werden in dit onderzoek. Zo krijgen kandidaten die tot een sociaal demografische ondervertegenwoordigde groep toebehoorden significant meer voorkeurstemmen. Zowel vrouwen als kandidaten van allochtone afkomst krijgen meer voorkeurstemmen. Het hangt er echter wel vanaf welke partijen en kandidaten mee in rekening gebracht worden. Dit bevestigt de verwachting die men had na het doornemen van voorgaande onderzoeken.

De tweede hypothese waarbij gesteld werd dat bekende mensen meer voorkeurstemmen krijgen, kon niet bevestigd worden. Dit is niet het geval, althans niet bij de gemeenteraadsverkiezingen van 2012 in Antwerpen. In de literatuur werd dit getest aan de hand van regionale verkiezingen. Dit kan mogelijks een verklaring zijn voor deze discrepantie.

Media-aandacht werd in eerste en tweede instantie deels bevestigd. Maar wanneer PVDA+ uit de analyses geweerd werd, bleken de drie variabelen rond media-aandacht wel een positief significant verband aan te tonen. Media-aandacht zorgt, met andere woorden, voor electoraal

succes. Verder wordt van de internet variabele bevestigd dat deze een verklarende factor is voor voorkeurstemmen.

De vijfde hypothese stelde voorop dat politieke mandaten een positief effect hebben op het aantal voorkeurstemmen dat kandidaten krijgen. Voor de lokale mandaten wordt dit ook effectief bevestigd, maar voor mandaten op een hoger dan gemeentelijk niveau blijven de resultaten, in eerste instantie, uit. Maar na de laatste analyse, waar geen rekening gehouden wordt met kandidaten van PVDA+, kan gesteld worden dat ook politieke ervaring een verklarende factor is voor voorkeurstemmen.

Daarnaast blijken campagne uitgaven echter weinig effect te hebben op de voorkeurstemmen. Noch in de analyse met lijsttrekker, noch in die zonder was er een significant effect te vinden. De gegevens waarover men in dit onderzoek beschikte waren mogelijks niet volledig genoeg, waardoor men over verkiezingsuitgaven geen sluitende uitspraak kan doen.

De plaats die kandidaten innemen op de lijst is wel een goede voorspeller van voorkeurstemmen. Hetzelfde geldt voor de lijstduwerspositie. Maar de eerste vrouw op de lijst is enkel van tel als de lijsttrekkers uit de analyse geweerd worden. De variabele lijsttrekker is dan weer niet significant. De voorspellende waarde van de lijsttrekker wordt teniet gedaan wanneer de media variabelen aan het model toegevoegd worden. In voorgaande onderzoeken werd amper rekening gehouden met media, waardoor het effect van de lijsttrekkersplaats wel aanwezig was. In dit onderzoek werd er echter rekening met media gehouden en valt het bijgevolg op dat de eerste plaats op een kieslijst wel positief kan zijn, doordat deze positie aanleiding geeft tot meer media-aandacht.

Tenslotte is de sterkste voorspeller het resultaat van de lijst en dit in de drie analyses. Hypothese acht moet om die reden volmondig bevestigd worden. Hoe meer stemmen de partijen gehaald hebben, hoe meer voorkeurstemmen de individuele kandidaten achter hun naam kregen.

2. BEPERKINGEN VAN HET ONDERZOEK

Er zijn een aantal beperkingen bij dit onderzoek. Ten eerste werd alleen de stad Antwerpen opgenomen. De draagwijdte van de conclusies zijn hierdoor eerder beperkt. Bij lokale verkiezingen is het sowieso moeilijker om conclusies over meerdere gemeentes te trekken omdat de context in elke gemeente anders is.

Ten tweede werden de beroepen niet meegenomen in de analyses. Dit werd zo beslist omdat voorgaande onderzoeken geen verband vonden tussen occupatie en voorkeurstemmen.

Ten derde werd er enerzijds enkel rekening gehouden met de regionale zender ATV, terwijl men anderzijds wel de Vlaamse kranten meenam in de analyses. Dit is wel te verklaren doordat

het om lokale verkiezingen draaide, waarbij het onlogisch zou zijn dat de lokale Antwerpse kopstukken veel furore zouden maken op de Vlaamse televisiekanalen.

Een vierde beperking is dat bij Mediargus elke vermelding in de kranten als dusdanig opgenomen werd, terwijl bij ATV enkel rekening gehouden werd met effectieve spreektijd of aan het woord komen. Er zijn echter verschillende kandidaten die men aangehaald heeft op ATV, maar die zelf niet aan het woord kwamen. Deze werden niet mee gecodeerd waardoor dit mogelijks een vertekening kan geven. Bovendien verschillen kranten en televisie van elkaar in welke soort politieke informatie dat men geeft. Kranten geven meer specifieke informatie, terwijl televisie meer algemene nieuwsberichten meegeeft aan de kijkers (Chaffee & Frank, 1996).

Tenslotte kan men ook beargumenteren dat er bij de internet variabele geen rekening gehouden is met hoe actief politici online zijn. Er is enkel gekeken naar de websites en of politici deze al dan niet hadden. Het is mogelijk dat slechts enkele politici het internet ook effectief gebruiken om informatie uit te wisselen met kiezers, maar hier houdt men in dit onderzoek geen rekening mee.

3. TOEKOMSTIG ONDERZOEK

Uit dit onderzoek blijkt dat voorkeurstemmen steeds vaker gebruikt worden. Dit wordt ook aangemoedigd door allerlei hervormingen. Kiezers hebben meer mogelijkheden om hun ongenoegen te laten blijken. Door dit alles blijft onderzoek naar voorkeurstemmen ook in de toekomst relevant. Politieke partijen en individuele politici zullen hier ook rekening mee houden om het electoraal succes zo groot mogelijk te maken. Er zijn echter twee factoren die men verder in het oog moet houden.

Ten eerste is er het internet. Bij volgend onderzoek moet men proberen om mee te nemen hoe actief politici informatie delen online. Is het zo dat men een website opstart om er nadien slechts in beperkte mate mee bezig te zijn? Of communiceert men dagelijks via e-mails of online berichten met potentiële kiezers? Zorgt dit er dan op zijn manier voor dat de band tussen politicus en kiezer aangehaald wordt, waardoor deze meer voorkeurstemmen achter zijn naam krijgt? Dit zijn vragen waarop in dit onderzoek geen respons op kan gegeven worden, maar waar toekomstig onderzoek mogelijks wel een antwoord op kan vinden.

Ten tweede lijkt het opportuun om ook de media verder onder de loep te nemen. Uit dit onderzoek blijkt immers dat media invloed hebben op voorkeurstemmen. Met andere woorden, media bepaalt mee welke politici verkozen raken. Deze vaststelling op zichzelf is reden genoeg om de relatie tussen voorkeurstemmen en media-aandacht te herbekijken.

4. CONCLUSIE

Voorkeurstemmen kunnen een behoorlijke invloed hebben op het leven van kandidaten op de kieslijsten. Het zijn immers die voorkeurstemmen die (mede-)bepalen wie er aanspraak kan maken op een uitvoerend mandaat. Het hoeft dus niet te verbazen dat er veel afhangt van hoe de kiezer de kaarten schudt. Slechts één enkele stem kan het verschil maken tussen een extra zetel voor de ene of de andere partij. Bovendien kunnen voorkeurstemmen gezien worden als het ultieme hoogtepunt van democratie. Het electoraat bepaalt niet enkel de partij die aan het hoofd staat, maar eveneens de kandidaten die het electoraat mogen vertegenwoordigen. Dit leidt tot een toename aan concurrentie tussen maar ook binnen in politieke partijen.

Allereerst werd er een theoretisch kader geschetst rond de evolutie van voorkeurstemmen en de Belgische kieswetgeving. Daarbij werd er bijzondere aandacht besteed aan de relatie tussen politiek, kiezers en de media. De synthese had een duidelijk doel voor ogen, namelijk het beschrijven van de situatie tot op heden. De situatie zoals ze de dag van vandaag is, is er immers niet zomaar gekomen. De besproken evoluties hebben veel implicaties gehad voor het kiessysteem en het stemgedrag van het electoraat. Om die reden werd het als relevant gezien voor dit onderzoek.

Nadien werden de verklaringen voor persoonlijk electoraal succes die men tot op heden onderzocht had gesynthetiseerd. Een groot deel van deze determinanten werd opnieuw opgenomen in dit onderzoek. Het gaat om de volgende: geslacht, etniciteit, bekendheid uit niet-politiek maatschappelijke sferen, media-aandacht, internet aanwezigheid, politieke mandaten, verkiezingsuitgaven, plaats op de kieslijst en het resultaat van de kieslijst.

In deze masterproef werden de lokale verkiezingen voor de gemeente Antwerpen onder de loep genomen. Enkel de zes politieke partijen die de kiesdrempel van vijf procent gehaald hadden werden mee opgenomen. Elke lijst bestond uit 55 kandidaten, dit maakt dat de analyses uitgevoerd werden met 330 kandidaten.

Uit de verdere resultaten bleek dat een groot deel van deze variabelen ook bij de gemeenteraadsverkiezingen van 2012 in Antwerpen van belang waren. Om zoveel mogelijk voorkeurstemmen binnen te rijven kan men best een allochtone vrouw zijn, die minstens één website heeft, die uitgenodigd werd voor debatten op ATV, die als eerste vrouw op de lijst staat, liefst op een hoog gerangschikte plaats, die voorheen al een politiek mandaat uitgeoefend heeft en die deel uitmaakt van een electoraal succesvolle kieslijst. Hieruit kan men afleiden dat geslacht, etniciteit, media-aandacht, internet, politieke mandaten, plaats op de lijst en het resultaat van de lijst een grote rol spelen. Door middel van deze factoren is het mogelijk om tot 86 procent van de voorkeurstemmen te verklaren.

DEEL 7: BIBLIOGRAFIE

Ackaert, J. (1996). De kiezers delen de kaarten uit, de partijen spelen ermee. In J. Buelens, & K. Deschouwer (reds), *De dorpsstraat is de wetstraat niet* (pp. 49-76). Brussel: VUB press.

Ackaert, J., Krebs, T., Desposato, S., & Petrocik, J. (2003). The variable Incumbency advantage: New voters, redistricting and the personal vote. *American Journal of Political Science* 47(1), pp. 18-32.

Ackaert, J., De Ceuninck, K., Reynaert, H., Steyvers, K., & Valcke, T. (2007). Doen (wijzigende) instituties ertoe? De invloed van het gemeente(kies)decreet op de gemeenteraadsverkiezingen van 2006. *Res Publica* 1(2007), pp. 15-33.

André, A., Wauters, B., & Pilet J-B. (2010). Voorkeurstemmen bij de regionale verkiezingen van 2009: gebruiken en motieven. In K. Deschouwer, P. Delwit, M. Hooghe, & S. Walgrave (reds.), *De Stemmen van het volk. Een analyse van het kiesgedrag in Vlaanderen en Wallonië op 7 juni 2009*, (pp. 169-199). Brussel: VUB press.

Arian, A. & Shamir, M. (2002). Candidates, parties and blocs. In A. Arian, & M. Samir. (reds.), *The elections in Israel 1999* (pp. 11-31). New York: State University of New York Press.

ATV (Prod.) (02.10.2012). *Nieuws: Stem allochtonen beslissend bij verkiezingen*. [TV]. ATV.

Baens, D. (2011). Bekende Vlamingen en Politieke families: een garantie op electoraal succes? [Masterproef]. Antwerpen: Universiteit Antwerpen.

Belgisch Staatsblad (10.03.2006). *Decreet houdende wijziging van de Gemeentekieswet*. [20.04.2013, Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap: <http://staatsbladclip.zita.be/staatsblad/wetten/2006/03/10/wet-2006035393.html>]

Bennett, W., L., & Entman, R., M. (2001). Mediated Politics: An Introduction. In Bennett, W., L., & Entman, R., M. (reds.), *Mediated Politics: Communication in the future of democracy* (pp. 1-32). Cambridge: Cambridge University Press.

Chaffee, S., & Frank, S. (1996). How Americans get political information: Print versus broadcast news. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, pp. 48-58.

Cohen, B. (1963). *The press and foreign policy*. Princeton: Princeton University Press.

Criado, J. I., Martínez-Fuentes, G., & Silván, A. (2012). Social media for political campaigning. The use of Twitter by Spanish Mayors in 2011 local elections. In C. G. Reddick, & S. K. Aikins, *Web 2.0 Technologies and Democratic Governance* (pp. 1-7). Springer New York.

- Dalton, R. J. (1999). *Political Support in Advanced Industrial*. Oxford: Oxford University Press.
- Dalton, J. R., & Wattenberg, P. M. (2000). *Political Change in Advanced Industrial Democracies*. In Dalton, J. R., & Wattenberg, P. M., *Parties Without Partisans: Political Change in Advanced Industrial Democracies* (pp.1-16). Oxford: Oxford University Press.
- Dalton, J. R., McAllister, I., & Wattenberg, P. M. (2000). *The Consequences of Partisan Dealignment*. In Dalton, J. R., & Wattenberg, P. M., *Parties Without Partisans: Political Change in Advanced Industrial Democracies* (pp.37-63). Oxford: Oxford University Press.
- De Bens, E. (2001). *De pers in België. Het verhaal van de Belgische dagbladers gisteren, vandaag en morgen*. Tielt: Lannoo.
- De Swaef, F. (2008). *Betty for president. Waarom BV's een zegen zijn voor de politiek*. Gent: Academia Press.
- Elmelund-Præstekær, C., & Hopmann, D. N. (2012). Does television personalise voting behaviour? Studying the effects of media exposure on voting for candidates or parties. *Scandinavian Political Studies*, 35(2), pp. 117-140.
- Eurobarometer, 2012. EB 78: *Media Use in the European Union* [online], autumn 2012. Verkrijgbaar op: [http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb78/eb78_media_en.pdf]
- Fuchs, D., & Klingemann, H. (1995). Citizens and the state: A changing relationship?. In D. Fuchs, & H., Klingemann, *Citizens and the state* (pp. 1-24). Oxford: Oxford University Press.
- Gibson, R., K., & McAllister, I. (2006). Does cyber-campaigning win votes? Online communication in the 2004 Australian election. *Journal of Elections, public opinion and parties*, 16(2006), pp. 243-263.
- Gilmore, J. (2011). Ditching the pack: digital media in the 2010 Brazilian congressional campaigns. *New media and society*, 14(4), pp 617-633.
- Goeminne, B., Billiet, J., & Swyngedouw, M. (2007). *Structurele en culturele determinanten van het stemgedrag: 1999 versus 2003*. Leuven: Universitaire Pers Leuven.
- Haghebaert, W. (2004). *De mediatisering van de politiek: de rol van infotainment*. [Masterproef]. Gent: Universiteit Gent. [30.03.2013, Universiteit Gent: <http://www.scriptiebank.be/NL/index.php?page=44&cat=10&id=242>].
- Hallin, D.C., & Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

Hooghe, M., Noppe, J., & Maddens, B. (2003). The effect of electoral reform on the Belgian election results of 18 may 2003. *Representation*, 39(4), pp. 270-276.

Hooghe, M. & Vissers, S. (2006) Wie bezoekt de websites van politieke partijen? Een onderzoek naar de gebruikers van partijwebsites tijdens de campagne voor de gemeenteraadsverkiezingen van oktober 2006. *InterMob paper*, 7, 20.

Hooghe, M., Marien, S., & Pauwels, T. (2010). De invloed van politiek wantrouwen op stemgedrag in België. In K. Deschouwer, P. Delwit, M. Hooghe, & S. Walgrave (reds.), *De Stemmen van het volk. Een analyse van het kiesgedrag in Vlaanderen en Wallonië op 7 juni 2009*, (pp. 123-142). Brussel: VUB press.

Hooghe, M., & Walgrave, S. (2010). Opkomstplicht en politieke kennis: de onwetende burger aan het woord? In K. Deschouwer, P. Delwit, M. Hooghe, & S. Walgrave (reds.), *De Stemmen van het volk. Een analyse van het kiesgedrag in Vlaanderen en Wallonië op 7 juni 2009*, (pp. 143-168). Brussel: VUB press.

Huyse, L. (1987). *De verzuiling voorbij*. Leuven: Kritak.

Inglehart, R. (1990). *Culture Shift in Advanced Industrial Society*. Princeton: Princeton University Press.

Kruispunt Migratie-Integratie (02.07.2012) *Stemrecht voor Unieburgers & Derdelander*. [26.02,2013, <http://www.kruispuntmi.be/vreemdelingenrecht/wegwijs.aspx?id=1184>].

Lefevere, J., Walgrave, S., & Hooghe, M. (2010). Volatiel of wispelturig? Hoeveel en welke kiezers veranderden van stemvoorkeur tijdens de campagne. In K. Deschouwer, P. Delwit, M. Hooghe, & S. Walgrave (reds.), *De Stemmen van het volk. Een analyse van het kiesgedrag in Vlaanderen en Wallonië op 7 juni 2009*, (pp. 29-50). Brussel: VUB press.

Lefevere, J. (2011) *Campaign effects on voter decision making* [Doctoraatsthesis]. Antwerpen: Universiteit Antwerpen.

Lembrechts, L. (2007) Het onveiligheidsgevoel als media-effect. Inspiratie voor een theoretisch model. *Tijdschrift voor criminologie*, 3, pp. 277-290.

Maddens, B. (1994). *Kiesgedrag en partijstrategie. De samenhang tussen de beleidsmatige profilering van de partijen en het kiesgedrag van de Vlamingen op 24 november 1991*. Leuven: Katholieke Universiteit Leuven.

Maddens, B., & Fiers, S. (2004). The direct PM election and the institutional presidentialisation of parliamentary systems. *Electoral studies*, 23, pp. 769-793.

Maddens, B., Weekers, K., Fiers, S., & Vanlangenakker, I. (2007). Op zoek naar een verklaring voor de persoonlijke score van de kandidaten bij lokale verkiezingen. *Res Publica* 1, pp. 132-149.

Maddens, B., & Put, G. J. (2008). Kiesstrijd is mediastrijd. De Media-aandacht voor de kandidaten in 2007. *Doorbraak*, 4, pp.4-5.

Marsh, M., (1985). The Voters Decide?: Preferential Voting in European List Systems. *European Journal of Political Research*, 13(4), pp. 365-378.

Marshall, P. D. (1997). *Celebrity and power. Fame in contemporary culture*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Mazzoleni, G., & Schulz, W., (1999). Mediatization of politics: a challenge for democracy. *Political Communication*, 16(3), pp. 247-261.

McAllister, I. (2007). The Personalization of Politics. In: R. J. Dalton, & H.-D. Klingemann (reds.), *The Oxford Handbook of Political Behavior*. Oxford: University Press Oxford.

Popkin, S. L. (1994). *The reasoning voter: Communication and persuasion in presidential campaigns*. University of Chicago Press.

Quintelier & Hooghe (2010) Verenigingen, lidmaatschap en kiesgedrag: is de verzuiling nu helemaal voorbij?. In K. Deschouwer, P. Delwit, M. Hooghe, & S. Walgrave (reds.), *De Stemmen van het volk. Een analyse van het kiesgedrag in Vlaanderen en Wallonië op 7 juni 2009*, (pp. 99-122). Brussel: VUB press.

Rahat, G., & Sheafer, T. (2007). The Personalization(s) of Politics: Israel, 1949-2003. *Political Communication*, 41(1), pp. 65-80.

Samuels, D. (1999). Incentives to Cultivate a PartyVote in Candidate-centric Electoral Systems: Evidence from Brazil. *Comparative Political Studies*, 32(4), pp. 487-518.

Schwartzberg, R.-G. (1977). *Politieke superstars. Vedettencultus in de politiek*. Antwerpen: Standaard Uitgeverij.

Sennett, R. (1974). *The fall of public man*. New York: Knopf, New York.

Small, T. (2008). The facebook effect? Online campaigning in the 2008 Canadian and US elections. *Policy*, 85.

Thijssen, P. & Jacobs, K. (2004). Determinanten van voorkeurstemproporties bij (sub-)lokale verkiezingen. De Antwerpse districtsraadverkiezingen van 8 oktober 2000. *Res Publica* 46(4), pp. 460-485.

Van Aelst, P. (2002). *Politici online: naar een verdere personalisering van de politiek?*. Antwerpen: Universiteit Antwerpen.

Van Aelst, P., Maddens, B., Noppe, J., & Fiers, S. (2005). Politicians in the news: media or party logic? Media attention and electoral success in the Belgian election campaign of 2003. *European Journal of Communication*, 23(2), pp. 193-210.

Van Aelst, P., Maddens, B., & Noppe, J. (2006). Van de studio naar de Kamer? Over de relatie tussen media en voorkeurstemmen tijdens de verkiezingen van 2003. In S. Fiers & H. Reynaert (reds.) *Wie zetelt? De gekozen politieke elite in Vlaanderen doorgelicht*, (pp. 163–176). Heverlee: Lannoo.

Van Aelst, P., Shehata, A., & Van Dalen, A. (2010). Parlementsleden als (on)gelijke concurrenten voor media aandacht. *Res Publica* 52(4), pp. 552-554.

Van Aelst, P. (2010) Campagneonderzoek in België en Nederland: een beknopt overzicht. *Res Publica* 3(2).

Vandenbussche, S. (2009). *Politiek en media: onderzoek naar de relatie tussen politici en infotainment*. [Masterproef]. Gent: Universiteit Gent. [02.04.2013, Universiteit Gent: http://lib.ugent.be/fulltxt/RUG01/001/393/245/RUG01-001393245_2010_0001_AC.pdf].

Van Liefferinge, H., & Steyvers, K. (2009). Family matters? Degree of family politicization in political recruitment and career start of mayors in Belgium. *Acta Politica*, 44(2), pp. 125-149.

Vardanega, A. (2011). The role of Web 2.0 in Italian local campaigns: the case of 2010 regional elections. In E. De Blasio, M. Hibberd, & M. Sorice (reds.), *Leadership and New Trends in Political Communication: CMCS working papers*, (pp. 37-54). Rome: LUISS University.

Verleden, F. (2009). Het profiel van de gekozenen in het Vlaams Parlement na de verkiezingen van 7 juni 2009. M.m.v. Put, G.-J., Maddens, B., Vanlangenakker, I., & Weekers, K. Centrum voor politicologie, Katholieke Universiteit Leuven.

Vlaanderen kiest (16.10.2012). *Wat zijn de maximumbedragen voor de verkiezingsuitgaven van kandidaten en lijsten?* [03.03.2013, <http://www.vlaanderenkiest.be/wat-zijn-de-maximumbedragen-voor-de-verkiezingsuitgaven-van-kandidaten-en-lijsten>].

Wauters, B. (2003). Het gebruik van voorkeurstemmen bij de federale parlementsverkiezingen van 18 mei 2003. *Res Publica*, 45(2-3), pp. 401-428.

Wauters, B., Weekers, K., & Pilet, J.-B. (2004). Het gebruik van de voorkeurstem bij de regionale en Europese parlementsverkiezingen van 13 juni 2004. *Res Publica*, 46(2-3), pp. 377-411).

Wauters, B. (2010). *Het gebruik van de voorkeurstem bij de federale parlementsverkiezingen van 13 juni 2010*. Gent: Hogeschool Gent.

Wauters, B., Verlet, D., & Ackaert, J. (2010). Meer gewicht voor voorkeurstemmen op lokaal vlak : broodnodige of overbodige hervorming?. *Burger, bestuur en beleid*, 6(2), pp. 103-114.

Whiteley, P., & Seyd, P. (2003). How to Win a Landslide by Really Trying: The Effects of Local Campaigning on Voting in the 1997 British General Election. *Electoral Studies*, 22(3), pp. 301-324.

Zittel, T. (2009). Lost in technology? Political Parties and the Online Campaigns of Constituency Candidates in Germany's Mixed Member Electoral System. *Journal of Information Technology & Politics*, 6(3-4), pp. 298-311.

DEEL 8: BIJLAGEN

1. LIJST VAN KANDIDATEN VAN ALLOCHTONE AFKOMST

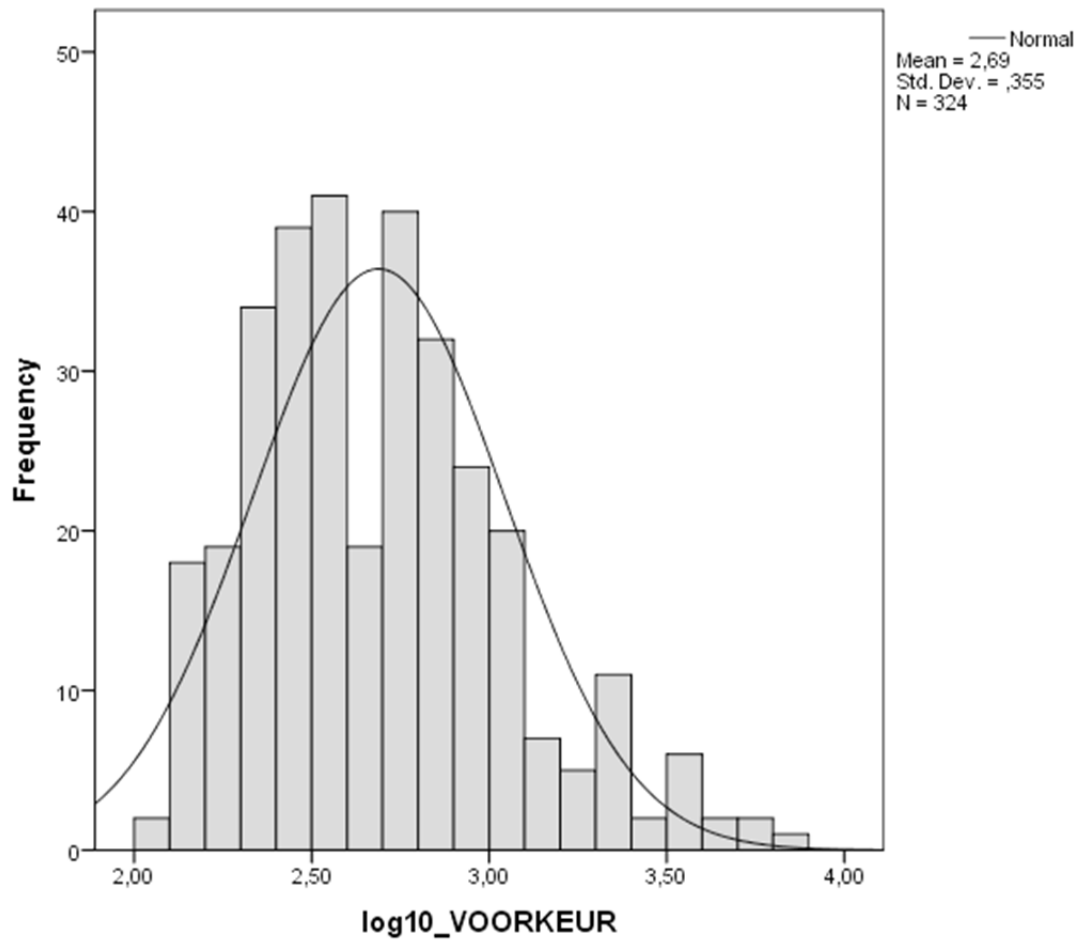
Partij	Kandidaatnummer	Kandidaat
Open VLD	7	Pinar Dogan
Open VLD	11	Hanane Hamade-Lahssini
Open VLD	18	Mesut Yücel
Open VLD	31	Michelle Warschitzky
Open VLD	33	Aziza Tokhtabkiyeva
Open VLD	35	Riana Nainggolan
Open VLD	37	Mo Alloul
Open VLD	51	Carim Bouzian
N-VA	5	Nabilla Ait Daoud
N-VA	8	Leyla Aydemir
N-VA	37	Fatima Talhaoui
N-VA	39	Nurten Isikli
N-VA	52	Eva Bidania Ibargutxi
N-VA	54	Youssef Slassi
Vlaams Belang	31	Imme Ortega Y Oliva
Vlaams Belang	44	Evy Møller
Vlaams Belang	51	Sheila Cheung
Stadslijst	2	Yasmine Kherbache
Stadslijst	5	Karim Bachar
Stadslijst	8	Güler Turan
Stadslijst	17	Fatma Akbas
Stadslijst	21	Hassan Aarab
Stadslijst	23	Hocine Trari
Stadslijst	25	Galina Matushina
Stadslijst	27	Sener Ugurlu
Stadslijst	31	Hicham El Mzairh
Stadslijst	34	Ouardia El Taghdouini
Stadslijst	39	Rafike Yilmaz
Stadslijst	47	Fauzaya Talhaoui
Groen!	1	Meyrem Almaci
Groen!	6	Imade Annouri

Groen!	7	Ikrame Kastit
Groen!	20	Hakim Nawabi
Groen!	21	Ali Acer
Groen!	22	Arfan Saber
Groen!	23	Nadia Bachgada
Groen!	31	Zorica Bunjevac
Groen!	37	Asli Bassozen
Groen!	44	Giuliana Chirinos Saavedra
Groen!	45	Farid Hemdane
Groen!	46	Taoufik Hashassi
Groen!	49	Müzeyyen Caliskan
Groen!	50	Muzaffer Caliskan
PVDA+	3	Mohamed Chebaa Amimou
PVDA+	4	Zohra Othman
PVDA+	8	Gürsel Kutlu
PVDA+	24	Bülent Ozturk
PVDA+	25	Mei Lan NG
PVDA+	32	Mehria Eshaghzey
PVDA+	34	Gulahmad Bazsaz
PVDA+	36	Encieh Jozaghi
PVDA+	41	Najat Beraich

2. LIJST VAN BV'S

Partij	Kandidaatnummer	Kandidaat
Open VLD	2	Eddy Baelemans
Open VLD	3	Karin Heremans
Open VLD	8	Steven De Lelie
Open VLD	9	Chris Janssens
Open VLD	19	Phaedra Hoste
Open VLD	51	Carim Bouzian
Open VLD	55	Kris Luyckx
N-VA	43	Nest Adriaensen
N-VA	50	Vic Van Aelst
Vlaams Belang	53	Wim Walschaerts
Stadslijst	5	Karim Bachar
Stadslijst	21	Hassan Aarab
Groen!	10	Dirk Avonts
Groen!	18	Dirk Depover
Groen!	40	Fran Bambust
PVDA+	40	Raf Jespers

3. LOGARITMISCHE FUNCTIE MET VOORKEURSTEMMEN



Figuur 3: Histogram Log(voorkeurstemmen) met alle kandidaten.