

# Kies mij, als je meer invloed wilt hebben

door Dave van Ooijen<sup>1</sup>



Wat maakt politici populair? De eerste keer dat Thijs Hannaart, auteur van het boek *'Kies mij, als je meer invloed wilt hebben'*, over deze vraag begon na te denken was tijdens een lezing van filosoof Bas Haring. Haring hield tijdens die lezing een vurig betoog over neuropolitiek en verwees daarbij naar marketeers die in hersenscanners onderzoek doen naar het onbewuste van de consument. Door dit op een juiste manier te prikkelen, bij voorbeeld door de verpakking een ander kleurtje te geven, kun je de keuze van de consument sturen. Haring vroeg zich af wat er zou gebeuren als politici en regeringsleiders deze kennis van het onbewuste zouden gebruiken. Het is de lezing van Bas Haring die Thijs Hannaart in het voorwoord van zijn nieuwe boek *'Kies mij'* aanhaalt toen hij voor het eerst over dit vraagstuk ging nadenken.

Anekdote

Maar Hannaart werd pas echt gegrepen toen hij over een onderzoek onder kleuters in Zwitserland las. Onderzoekers lieten kleuters foto's van Franse presidentskandidaten zien met de vraag wie ze het aardigst vonden. De keuze van de kleuters, die de Franse kandidaten uiteraard niet kenden, bleek opvallend goed overeen te komen met de verkiezingsuitslag in Frankrijk. Het is deze anekdote die de directe aanleiding was om *'Kies mij'* te schrijven. Aan de hand van onderzoeksresultaten en anekdotes probeert hij te verklaren waarom in het stemhokje voor een bepaalde politicus wordt gekozen. Zijn doel is niet om je in het stemhokje een andere keuze te laten maken, maar om de lezer inzicht te geven waarom je voor iemand kiest. En om aan te geven wat je kunt doen als je zelf gekozen wilt worden. De vraag van Hannaart was dus een dubbele. Ten eerste waarom kiezers voor een bepaalde politicus kiezen. Ten tweede wat politici kunnen doen om gekozen te worden. Op basis van het bestuderen van het gedrag van politici en door zich te verdiepen in wetenschappelijke studies uit binnen- en buitenland, heeft Hannaart een zeer onderhoudend boek geschreven.

61 tips

Op basis van zijn waarnemingen en het bestuderen van tientallen wetenschappelijke onderzoeken komt Hannaart met in totaal 61 tips waar politici hun voordeel mee kunnen doen. Elke tip wordt door hem in

---

<sup>1</sup> Dave van Ooijen studeerde tussen 1979 en 1985 sociologie en politicologie aan de Universiteit van Amsterdam. Hij studeerde twee keer 'cum laude' af; bij de vakgroep Toegepaste Sociologie en de vakgroep Internationale Betrekkingen. Van 1979 tot 2014 was hij werkzaam bij Vereniging Milieudefensie, de gemeente Amsterdam, Nicis Institute en Platform31. Sinds eind 2014 is hij raadslid/fractievoorzitter voor de PvdA in de gemeente Castricum. Zijn blogs en artikelen verschijnen onder meer op zijn website: [www.davevanooijen.nl](http://www.davevanooijen.nl).

2 tot 3 pagina's behandeld. Het zijn korte, krachtige en zeer lezenswaardige hoofdstukjes geworden. Iedereen die het boek leest zal de voorbeelden mogelijk herkennen. Zeker degenen die de politiek al langere tijd volgen of zelf in de politiek actief zijn. Daarmee is evenwel nog niet gezegd dat de tips die Hannaart geeft ook altijd werken (best practices zijn) en voor de betreffende politicus ook effectief zijn. Zo zijn er veel meer factoren die een rol spelen. 'Een politicus is geen pot augurken, dus de vergelijking met een consument in een supermarkt gaat niet helemaal op', zegt Hannaart heel terecht.

### Obama vs Trump

Wat zijn dan die factoren die nog meer meespelen? Is er mogelijk één factor te benoemen die er echt uitspringt? Een factor die als de meest wezenlijke kan worden genoemd in de 61 tips die Hannaart noemt? Dat wordt meteen duidelijk wanneer we kijken naar de presidentsverkiezingen in de Verenigde Staten en de verkiezingen van 2010 en 2016 met elkaar vergelijken. Dat wil zeggen de eerste keer dat Barack Obama (2009) als president werd gekozen en dat Donald Trump de verkiezingen (2016) won. Als we die twee met elkaar vergelijken, dan valt op dat met name het bieden van hoop, het bieden van perspectief wel eens de meest doorslaggevende factor zou kunnen zijn. Obama wist met zijn uitspraak 'Yes we can' en een heel goed doordachte campagne duizenden vrijwilligers en miljoenen Amerikanen achter zich te krijgen. En ook Donald Trump lukte dat met zijn slogan 'Make America great again'. Veel niet-stemmers wist hij hiermee te binden.

### Campagne en persoon

Toch waren beiden campagnes volledig anders van karakter. Onder de 61 tips in het boek van Hannaart staan tips die zo uit de campagne van Obama kunnen zijn gekomen of zo uit afkomstig zouden kunnen zijn uit de campagne van Trump. Zo kunnen de volgende tips uit het boek van Hannaart van de campagne van Trump zijn afgeleid: 'Niet piepen, maar brullen', 'Frame', 'Lieg en bedrieg', 'Wees een narcist', 'Wees immoreel', 'Wees grofgebekt en 'Zaai angst'. Andere tips in het boek van Hannaart kunnen zo aan de campagne van Obama in 2009 worden gekoppeld. Wat te denken van de volgende tips: 'Dress to impress', 'Maak oogcontact', 'Wees de knapste van het land', 'Vertel persoonlijke anekdotes', 'Beheers jezelf', en 'Wees een voorbeeld'.

### Lessons learned

Nu we deze campagnes kennen, wat leert ons dan het boek van Hannaart? Dat is dat ondanks dat Obama en Trump een volledig andere campagne hebben gevoerd en beiden gebruik maakten van tips die zo uit het boek van Hannaart zouden kunnen zijn afgeleid, beiden hun achterban kenden en zij met hun campagne de meeste Amerikanen in hun hart wisten te raken. En dat zijn nu juist twee tips die niet in het boek van Hannaart voorkomen, maar naar verwachting wel eens de twee beste tips zouden kunnen zijn die een politicus zich ter harte zou moeten nemen. Het gaat dus niet alleen om feiten, analyse, ervaring of om fact checking (Hillary Clinton), maar ook om emotie, overtuigingskracht, hoop en over het onderbewuste van de kiezer (Trump). Barack Obama wist in 2009 deze beide kanten van de politieke campagne goed met elkaar te verbinden. Dit jaar wist alleen Trump (zonder feiten) de meeste Amerikanen in het hart te raken.

### Twee cruciale tips

Als u bij lezing van het boek van Hannaart met de door mij genoemde twee cruciale tips rekening houdt, dan kunt u veel plezier en voordeel van Kies mij van Hannaart hebben. Het gaat niet alleen om 'Lijk op je

publiek'(tip 3 in het boek van Hannaart), maar nog meer om 'Ken je publiek' en 'Raak je publiek in het hart'.

*Thijs Hannaart, 'Kies mij, als je meer invloed wilt hebben. Wat je van politici kunt leren', Haystack, 175 pagina's, 2016, € 16,95*