

2012•2013  
FACULTEIT BEDRIJFSECONOMISCHE WETENSCHAPPEN  
*master in de toegepaste economische wetenschappen:  
beleidsmanagement*

Masterproef  
De effectiviteit van lokale kiescampagnes.

Promotor :  
Prof. dr. Johan ACKAERT

Hanne Muermans  
*Masterproef voorgedragen tot het bekomen van de graad van master in de toegepaste  
economische wetenschappen , afstudeerrichting beleidsmanagement*

2012•2013

FACULTEIT BEDRIJFSECONOMISCHE  
WETENSCHAPPEN

*master in de toegepaste economische wetenschappen:  
beleidsmanagement*

## Masterproef

De effectiviteit van lokale kiescampagnes.

Promotor :  
Prof. dr. Johan ACKAERT

Hanne Muermans

*Masterproef voorgedragen tot het bekomen van de graad van master in de toegepaste  
economische wetenschappen , afstudeerrichting beleidsmanagement*



## **Woord vooraf**

Deze masterproef vormt het sluitstuk van mijn opleiding en draagt bij tot het behalen van de Master in de Toegepaste Economische Wetenschappen: Beleidsmanagement. Met dit onderzoek tracht ik een inzicht te bekomen in de verkiezingsuitgaven op het gemeentelijk bestuursniveau en in de effectiviteit van lokale verkiezingscampagnes.

Het schrijven van een masterproef vergt heel wat energie en inspanning van de student, maar ook van een aantal andere personen die ik daarom graag bedank.

In de eerste plaats wil ik mijn promotor Prof. dr. Ackaert bedanken voor zijn professionele begeleiding tijdens de totstandkoming van deze masterproef. Hij zorgde voor de nodige bijsturing, de interessante suggesties en praktische informatie tijdens het gehele onderzoeksproces.

Daarnaast richt ik een dankwoord tot de medewerkers van de rechtbanken van eerste aanleg in Hasselt en Tongeren. Zij boden me de kans om in alle rust de aangiften van de verkiezingsuitgaven in te kijken.

Verder bedank ik mijn ouders en vrienden voor de steun tijdens de afgelopen vier jaar van mijn opleiding.

Muermans Hanne

Maasmechelen, mei 2013



## Samenvatting

Deze masterproef tracht een inzicht te geven in de verkiezingsuitgaven van lijsten en kandidaten op het lokaal niveau. Op het vlak van politieke gebeurtenissen kon men in het jaar 2012 alvast niet om de gemeente- en provincieraadsverkiezingen heen. In de aanloop naar de verkiezingsdag werden het straatbeeld en de inhoud van de brievenbussen gedomineerd door het campagnemateriaal van de diverse politieke lijsten en kandidaten. Op 14 oktober schudde de kiezer in zijn gemeente de kaarten voor het beleid van de komende zes jaar. Hoewel de media na afloop van de verkiezingen vooral berichtten over de coalitievorming, dienden alle opgekomen kandidaten nog aan één wettelijke verplichting te voldoen, namelijk aangifte doen van hun verkiezingsuitgaven. Van die aangiften wordt in deze thesis gebruik gemaakt om een inzicht te verkrijgen in het uitgavegedrag van de Limburgse kandidaten en lijsten op gemeenteniveau. Alle ingediende aangifteformulieren werden tijdens de inzageperiode op de rechtbanken van Hasselt en Tongeren ingekeken en de uitgavebedragen werden geïventariseerd. Zo kon uiteindelijk een gegevensbestand worden opgemaakt dat de informatie van 4.772 Limburgse kandidaten en 206 lijsten bevat.

Het onderzoek focust op de vraag in welke mate lokale kiescampagnes effectief zijn en is opgebouwd rond drie deelvragen. Alvorens er wordt overgegaan tot het oplossen van het effectiviteitsvraagstuk, voeren we in de eerste deelvraag een beschrijvend onderzoek. Het eerste deel van de masterproef gaat na hoeveel een gemeentelijke kiescampagne daadwerkelijk kost. Het totale kostenplaatje met betrekking tot de Limburgse gemeenteraadsverkiezingen bedraagt bijna 4,2 miljoen euro. Dit cijfer vormt het startpunt van diverse analyses die zo veel mogelijk dimensies van het aspect uitgave belichten. Zo wordt er onder meer een uitgebreide analyse per partij uitgevoerd en gaat er veel aandacht naar de verhouding tussen de uitgaven en de wettelijke maximumbedragen. CD&V voert de rangschikking van de totale verkiezingsuitgaven aan en rapporteert als enige partij een bedrag hoger dan één miljoen euro. Op de tweede plaats volgt Open VLD, gevolgd door N-VA en SP.A die zich dicht in elkaars buurt bevinden. Vlaams Belang en Groen laten heel wat lagere uitgaven optekenen dan de partijen in de top vier. Zij nemen in alle analyses steevast de laatste plaats in qua uitgaven. Verder wordt er een onderscheid gemaakt tussen de uitgaven op het niveau van de kandidaat en van de lijst. Zo bedraagt de gemiddelde uitgave van een kandidaat 438,71 euro en deze van een lijst 10.161,29 euro. Wanneer we deze cijfers vergelijken met de maximumbedragen kan worden opgemerkt dat er nog veel ruimte is voor hogere uitgaven. Kandidaten geven gemiddeld genomen slechts één vierde uit van het toegestane maximumbedrag. Voor lijsten ligt de verhouding uitgave ten opzichte van het maximumbedrag op zevenenvijftig percent.

Met betrekking tot de tweede en derde deelvraag wordt er eerst onderzoek verricht naar de relevante binnenlandse en buitenlandse literatuur. In het tweede deel van deze masterproef gaan we immers na welke factoren het investeringsgedrag van kandidaten beïnvloeden. Op basis van de literatuur en eigen overwegingen kunnen er vier groepen verklarende variabelen worden vastgesteld: persoonlijke kenmerken, lijstkenmerken, de partijen en tot slot politieke kenmerken.

Inleidend berekenen we in welke mate de uitgave van kandidaten wijzigt naargelang de vastgestelde variabelen een verschillende waarde aannemen. Zo wordt onder meer onderzocht of de uitgave van mannelijke en vrouwelijke kandidaten verschilt en of de uitgave wijzigt naargelang een verschillende plaats op de lijst. Daarnaast besteden we aandacht aan de hoogte van de uitgaven van kandidaten die tijdens de legislatuur 2006-2012 een mandaat bekleedden op gemeentelijk of provinciaal niveau. Ook de invloed van de politieke mandaten op regionaal en federaal niveau wordt onderzocht. Na de inleidende berekeningen nemen we de vier groepen variabelen op in een meervoudig regressiemodel. Aan de hand van deze groep onafhankelijke variabelen wordt in opeenvolgende stappen getracht het uitgavegedrag van kandidaten te verklaren.

De derde deelvraag onderzoekt het verband tussen de uitgave van een kandidaat en zijn verkiezingsresultaat. Aangezien de vier categorieën variabelen die eerder werden geïdentificeerd mogelijk een invloed uitoefenen op het electoraal succes van kandidaten, wordt ook hier gebruik gemaakt van een meervoudig regressiemodel. We voegen de vier groepen variabelen stapsgewijs aan het model toe en finaal wordt ook de uitgavecomponent in de analyse opgenomen. In een eerste model wordt de individuele uitgave van kandidaten gerelateerd aan hun relatief aantal voorkeursstemmen. Bij twee andere modellen voeren we een experiment uit door ook de lijstuitgave in de analyse te betrekken. Deze wordt eenmaal op een evenredige manier verdeeld over de kandidaten en in een volgend model gespreid over de kandidaten naargelang het belang van hun plaats op de lijst. Dit houdt in dat hoe hoger een kandidaat geplaatst is op de lijst, des te groter het aandeel is dat hij van de lijstuitgave ontvangt. Het model dat voor elke kandidaat, naast de individuele uitgave, ook een gelijk aandeel van de lijstuitgave mee in rekening neemt, blijkt het verkiezingsresultaat van kandidaten het best te verklaren. De verschillen tussen de drie modellen zijn echter miniem wat maakt dat de geconstateerde tendensen binnen de modellen gelijk zijn. De belangrijkste bevinding van de effectiviteitsanalyse is ontegensprekelijk het feit dat de politieke ervaring van een kandidaat en zijn plaats op de lijst een grotere invloed hebben op zijn electoraal succes dan het geld dat hij aan zijn verkiezingscampagne spendeert.

Tot slot sluit deze masterproef af met een uitgebreide conclusie over het gehele onderzoek en een kritische reflectie. De kritische bemerkingen zijn vooral gericht op het wettelijk kader rond de verkiezingsuitgaven. Controle op de aangiften van kandidaten en lijsten gebeurt niet systematisch, aangezien de decreetgever heeft geopteerd voor een klachtgestuurd systeem. De uitwerking van dit systeem laat op sommige vlakken echter te wensen over, meer bepaald met betrekking tot de vaststelling van bepaalde termijnen. Daarnaast wordt nog even stilgestaan bij de hoogte van de maximumbedragen.

## Lijst van tabellen

Tabel 1: Cijfers met betrekking tot de gemeenteraadsverkiezingen van 8 oktober 2000 .....	15
Tabel 2: Codes uittredende gemeentelijke mandaten .....	39
Tabel 3: Codes partijen .....	40
Tabel 4: Som van de lijst- en individuele uitgaven .....	43
Tabel 5: Gemiddelde cijfers .....	43
Tabel 6: Benadering van het maximumbedrag op kandidaat niveau .....	44
Tabel 7: Benadering van het maximumbedrag op lijstniveau.....	46
Tabel 8: Analyse van de uitgaven per partij .....	47
Tabel 9: Gemiddelde uitgaven per ingeschreven kiezer .....	48
Tabel 10: Top 10 van de lijsten met de duurste campagnes.....	49
Tabel 11: Analyse van de nuluitgave bij kandidaten.....	50
Tabel 12: Frequentietabel van de uitgaven .....	51
Tabel 13: Determinanten van de relatieve uitgave van een kandidaat .....	57
Tabel 14: Determinanten van het relatief aantal voorkeursstemmen van een kandidaat (MODEL A) .	62
Tabel 15: Determinanten van het relatief aantal voorkeursstemmen van een kandidaat (MODEL B) .	66
Tabel 16: Determinanten van het relatief aantal voorkeursstemmen van een kandidaat (MODEL C) .	69
Tabel 17: Binaire afhankelijke variabele (Model 1-2-3).....	74
Tabel 18: Binaire afhankelijke variabele (Model 4-5).....	75



## **Lijst van figuren**

Figuur 1: Evolutie van de totale verkiezingsuitgaven (1974-2007).....	9
---	---

## **Inhoudsopgave**

### **Woord vooraf**

### **Samenvatting**

### **Lijst van tabellen**

### **Lijst van figuren**

<b>Hoofdstuk 1. Probleemstelling .....</b>	<b>9</b>
1.1 Praktijkprobleem.....	9
1.2 Centrale onderzoeksvraag .....	11
1.3 Deelvragen .....	11
<b>Hoofdstuk 2. Onderzoeksstrategie .....</b>	<b>13</b>
<b>Hoofdstuk 3. Literatuurstudie .....</b>	<b>15</b>
3.1 De kostprijs van een gemeentelijke kiescampagne .....	15
3.2 Determinanten van de verkiezingsuitgaven .....	18
3.3 De effectiviteit van de verkiezingsuitgaven.....	20
<b>Hoofdstuk 4. Wettelijk kader.....</b>	<b>31</b>
4.1 Maximumbedragen.....	31
4.2 Uitgaven voor verkiezingspropaganda.....	31
4.3 Aangifte en controle van de verkiezingsuitgaven .....	32
4.4 Sancties.....	32
<b>Hoofdstuk 5. Hypotheses.....</b>	<b>35</b>
<b>Hoofdstuk 6. Methodologie.....</b>	<b>37</b>
6.1 Dataverzameling .....	37
6.2 Data coderen.....	38
6.2.1 Persoonlijke kenmerken .....	38
6.2.2 Lijstkenmerken .....	38
6.2.3 Politieke kenmerken .....	39
6.2.4 Partijkenmerken.....	40
6.2.5 Uitgaven .....	40
6.2.6 Verkiezingsresultaat .....	41
<b>Hoofdstuk 7. De kostprijs van een gemeentelijke kiescampagne .....</b>	<b>43</b>
7.1 Gemiddelde resultaten.....	43
7.2 Benadering van de maximumbedragen .....	44
7.2.1 Kandidaat niveau .....	44
7.2.2 Lijstniveau.....	46
7.3 Analyse per gemeente .....	46

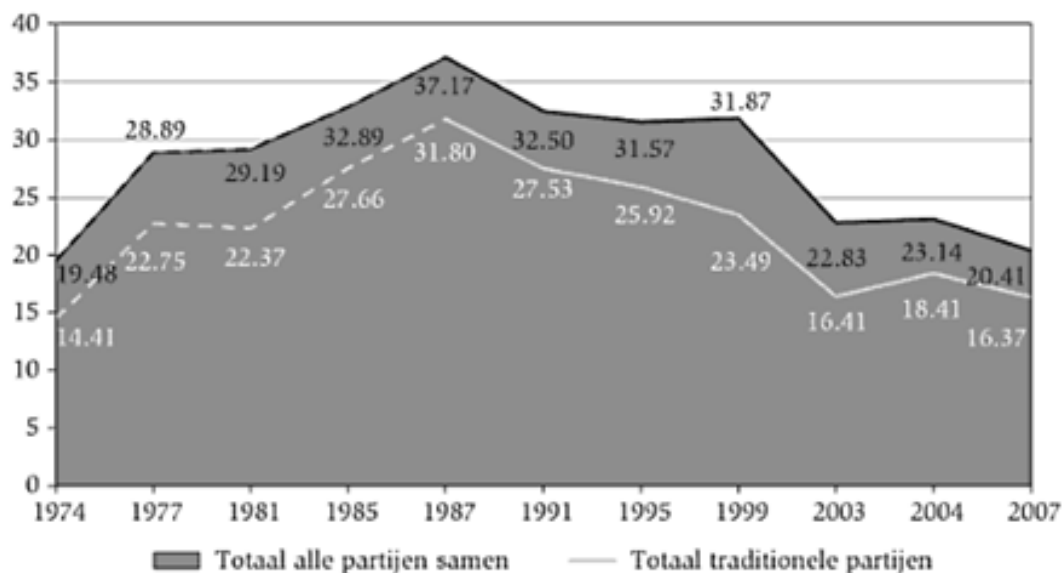
7.4 Analyse per partij.....	47
7.5 Analyse op lijstniveau .....	48
7.6 Analyse op kandidaat niveau .....	49
<b>Hoofdstuk 8. Determinanten van het investeringsgedrag.....</b>	<b>53</b>
8.1 Uitgave naargelang persoonlijke kenmerken.....	53
8.2 Uitgave naargelang politieke kenmerken .....	54
8.2.1 Gemeentelijk niveau .....	54
8.2.2 Provinciaal niveau .....	55
8.2.3 regionaal en federaal niveau .....	56
8.3 Uitgave naargelang lijstkenmerken .....	56
8.4 Regressieanalyse .....	56
<b>Hoofdstuk 9. De effectiviteit van gemeentelijke kiescampagnes .....</b>	<b>61</b>
9.1 Individuele uitgave.....	61
9.2 Toevoeging van een gelijk aandeel van de lijstuitgave .....	65
9.3 Toevoeging van een ongelijk aandeel van de lijstuitgave.....	68
9.4 Conclusie .....	70
9.5 Binaire afhankelijke variabele .....	72
<b>Hoofdstuk 10. Conclusie .....</b>	<b>79</b>
<b>Lijst van geraadpleegde werken.....</b>	<b>83</b>
<b>Bijlage 1: Maxima gemeenteraadsverkiezingen 14 oktober 2012.....</b>	<b>85</b>
<b>Bijlage 2: Vergelijkingen Limburgse partijen.....</b>	<b>86</b>
<b>Bijlage 3: Uitleg bij logistische regressie.....</b>	<b>87</b>

# Hoofdstuk 1. Probleemstelling

## 1.1 Praktijkprobleem

De financiering van politieke partijen heeft een grondige verandering ondergaan vanaf de jaren 70. In die tijd waren partijen namelijk sterk afhankelijk van private inkomsten om hun werking te bekostigen. Naast partijlidgelden werd het bedrijfsleven beschouwd als een zeer belangrijke tweede bron van inkomsten. In de wijze waarop ze hun inkomsten en uitgaven beheerden, liet de wetgever de partijen volledig vrij. Gaandeweg is men echter van dit idee afgestapt omwille van een aantal redenen.

Zoals duidelijk te zien is op onderstaande grafiek stegen de verkiezingsuitgaven in de periode 1970-1980 exponentieel. Op het hoogtepunt eind jaren 80 gaven politieke partijen samen ongeveer zevenendertig miljoen euro uit aan verkiezingscampagnes. Met de inkomsten uit lidgelden kwamen partijen in geen geval toe om deze campagnes en de eigen werking te financieren. Dit zette hen aan sponsoring te gaan zoeken bij bedrijven, wat een niet te verwaarlozen risico op corruptie met zich mee bracht. Onder meer omwille van de vrees voor corruptieschandalen, besloten de politici op het einde van de jaren 80 de financiering van politieke partijen te reguleren. Dit gebeurde in de wet van 4 juli 1989, de zogenaamde Wet D’Hoore. Deze wet is vooral bekend omwille van de invoering van de federale dotatie. Partijen krijgen sindsdien jaarlijks een forfaitair bedrag en een aanvullend bedrag per stem toebedeeld door de overheid. Deze overheidsfinanciering brengt uiteraard boekhoudkundige verplichtingen met zich mee in hoofde van de politieke partijen (Maddens & Weekers, 2009).



**Figuur 1:** Evolutie van de totale verkiezingsuitgaven (1974-2007)

(Maddens & Weekers, 2009, p. 54)

In de wet van 4 juli 1989 wordt niet enkel de herkomst van inkomsten gereguleerd. Ook voert men beperkingen in op de verkiezingsuitgaven voor de verkiezingen van federale kamers. Deze gelden zowel ten aanzien van partijen als van individuele kandidaten. Daarnaast worden partijen en kandidaten verplicht hun verkiezingsuitgaven bekend te maken. Op bovenstaande grafiek is duidelijk te zien hoe de uitgaven van partijen na de inwerkingtreding van de wet even exponentieel daalden als dat ze in de voorgaande jaren waren toegenomen (Maddens & Weekers, 2009). Deze grafiek bevat echter geen cijfers met betrekking tot de verkiezingsuitgaven van partijen voor lokale en provinciale verkiezingen. In 1994 heeft men de regelgeving met betrekking tot verkiezingsuitgaven uitgebreid naar het regionaal, provinciaal en lokaal niveau. Op alle Belgische bestuursniveaus geldt bijgevolg een vergelijkbare regulering met betrekking tot de beperking en controle op de verkiezingsuitgaven en de herkomst van de geldmiddelen.

In een land als België volgen verkiezingen elkaar in een relatief hoog tempo op. Federale verkiezingen vinden om de vier jaar plaats en staan zodoende opnieuw op het programma in 2014. Voor de regionale en Europese verkiezingen moet de Belgische burger om de vijf jaar naar de stembus. De gemeente- en provincieraadsverkiezingen staan tenslotte om de zes jaar op het programma. Voor al deze verkiezingen wordt er door partijen campagne gevoerd, wat redelijk wat kosten met zich meebrengt. In 2009 gaven de Vlaamse partijen om en bij de vijftien miljoen euro uit in aanloop naar de regionale en Europese verkiezingen (De Standaard, 16 november 2009). Het jaar erop in 2010 bedroeg de campagnekost van de Vlaamse partijen bij de federale verkiezingen 13,7 miljoen euro (Maddens, Put, & Vanlangenakker, 2010). Er mee rekening houdend dat de Franstalige partijen deze kostprijs verder aandikken met hun campagne-uitgaven, komt men uiteindelijk tot een aardige totaalsom.

Naar aanleiding van de gemeente – en provincieraadsverkiezingen op 14 oktober 2012 komen er verschillende vragen op, bovenvermelde bedragen in het achterhoofd houdend. Hoe is het gesteld met de kostprijs van deze kiescampagnes? In welke mate houden politici en lijsten zich aan de wettelijke maximumbedragen? Bestaat er daarnaast een verband tussen de hoogte van de uitgaven van individuen en hun electoraal resultaat? Tal van andere bedenkingen kunnen worden gemaakt met betrekking tot de bekendmaking, controle en effecten van verkiezingsuitgaven.

Het Centrum voor Politicologie van de K.U. Leuven heeft na de twee voorgaande lokale verkiezingen, in 2000 en 2006, de uitgaven van politieke partijen onder de loep genomen. In 2006 werden de uitgaven voor gemeenteraadsverkiezingen in dertien Vlaamse centrumsteden nader bekeken. Zes jaar eerder werd er een verkennend literatuuronderzoek gevoerd over het effect van verkiezingsuitgaven. Desondanks is het onderzoek met betrekking tot kiescampagnes in België nog redelijk beperkt. Dit in tegenstelling tot andere landen waar gelijkaardige reguleringen gelden. Onder meer in de Verenigde Staten is er al veel onderzoek gebeurd met betrekking tot de impact van verkiezingsuitgaven op het resultaat van kandidaten en partijen. Het gebrek aan Belgisch onderzoek in dit onderzoeksgebied zou te wijten zijn aan twee factoren. Enerzijds heerst er scepsis over de mate waarin de aangiften van partijen en kandidaten overeenkomen met de werkelijkheid. Daarnaast zijn data moeilijk en slechts beperkt beschikbaar. Het eindverslag van de parlementaire controlecommissie beperkt zich tot de partij-uitgaven.

De individuele aangiften van kandidaten kunnen worden ingekeken op de griffie van de rechtbanken van eerste aanleg, gedurende een periode van 15 dagen (Maddens, 2004). Omwille van het beperkte onderzoek dat voorhanden is en het niet onaardige kostenplaatje van verkiezingen, is het vanuit economisch en maatschappelijk standpunt relevant verder onderzoek te verrichten binnen dit domein.

## *1.2 Centrale onderzoeksvraag*

Deze masterproef is opgebouwd rond een centrale onderzoeksvraag die volgt uit het praktijkprobleem. De kernvraag luidt : **Hoe effectief zijn lokale kiescampagnes?** De bedoeling is om te onderzoeken in welke mate de verkiezingscampagnes van kandidaten bijdragen tot het bereiken van het vooropgestelde doel. We gaan ervan uit dat het vooropgestelde doel van kandidaten is, verkozen te worden. Kandidaten en partijen zetten kiescampagnes op poten naar aanloop naar de verkiezingen, maar zijn deze campagnes ook doeltreffend? Dit is de kernvraag van het onderzoek.

## *1.3 Deelvragen*

Om de effectiviteit van een kiescampagne te meten moeten de inspanningen die een kandidaat doet in de aanloop naar de verkiezingsdag worden afgewogen tegen het resultaat dat hij behaalt op de dag van de stemming. Een individuele verkiezingscampagne heeft als doel de bevolking in de desbetreffende gemeente te informeren over de standpunten van de kandidaat. Op deze manier hoopt de kandidaat burgers in zijn gemeente te overtuigen op hem te stemmen. Het informeren van mensen kan echter op verschillende manieren gebeuren. Kandidaten doen dit onder andere via huisbezoeken, folders, affiches, enzovoort. Het is echter niet mogelijk om de mate van inspanning van deze instrumenten te meten. Indien inspanningen niet kunnen worden gemeten, kunnen inspanningen van verschillende kandidaten ook niet met elkaar vergeleken worden. Daarom kiezen we ervoor om de inspanning van een kandidaat voor dit onderzoek gelijk te stellen met de financiële middelen die hij in zijn verkiezingscampagne investeert. Deze investering kan gebeuren door de kandidaat zelf, door de lijst of door giften van natuurlijke personen.

Een eerste deelvraag heeft betrekking op de financiële middelen die in campagnes worden geïnvesteerd. We trachten een antwoord te vinden op de vraag: **Wat is de kostprijs van een gemeentelijke kiescampagne?** Hierbij zal worden nagegaan hoeveel de totale uitgaven van alle kandidaten en lijsten samen bedragen per gemeente.

De tweede deelvraag van het onderzoek luidt als volgt: **Welke determinanten bepalen de hoogte van de financiële middelen die in campagnes worden geïnvesteerd?** Hierbij zal worden onderzocht met welke factoren kandidaten rekening houden wanneer ze hun verkiezingsbudget bepalen. Zijn er bijvoorbeeld verschillen in investeringsgedrag tussen kandidaten die voor het eerst opkomen of kandidaten die reeds eerder verkozen waren?

De derde deelvraag tot slot heeft betrekking op de mate van effectiviteit van lokale kiescampagnes. **Wat is de impact van de verkiezingsuitgaven op de behaalde resultaten?**

Deze deelvraag gaat na in welke zin de hoogte van de verkiezingsuitgaven gecorreleerd is met de electorale score van kandidaten. Met andere woorden, hebben kandidaten die meer uitgeven aan hun campagne een grotere kans om verkozen te geraken? Bij deze vraag zal een model worden opgesteld dat ook andere factoren dan de verkiezingsuitgaven in kaart brengt en hiermee rekening houdt.

## Hoofdstuk 2. Onderzoeksstrategie

Voor dit onderzoek beperken we ons tot de data met betrekking tot de gemeenteraadsverkiezingen in de vierenvestig Limburgse gemeenten. Dit omdat het praktisch onhaalbaar is dit thesisonderzoek uit te voeren voor alle 308 Belgische gemeenten. Hieronder zal ik de onderzoeksstrategie per deelvraag bespreken.

De **eerste deelvraag**, die nagaat hoeveel de kostprijs van een gemeentelijke kiescampagne bedraagt, is beschrijvend van karakter. Om deze deelvraag te beantwoorden is het noodzakelijk op de hoogte te zijn van de bepalingen in artikel 199 van het Lokaal en Provinciaal Kiesdecreet van 8 juli 2011. De verkiezingsuitgaven van alle lijsten en kandidaten moeten namelijk worden aangegeven op de griffie van de rechtbanken van eerste aanleg. De lijsttrekkers zijn belast met deze taak en dienen deze aangiften neer te leggen bij de rechtbank van eerste aanleg van het rechtsgebied, waarin hun gemeente gelegen is. Dit moet daarenboven gebeuren binnen dertig dagen na de verkiezingen. Bij deze aangiften van de uitgaven moet tevens een aangifte van de herkomst van de geldmiddelen worden gevoegd. Vanaf de 31<sup>ste</sup> dag na de verkiezingen liggen beide formulieren gedurende vijftien dagen ter inzage voor het publiek. Iedere burger heeft bijgevolg het recht deze te gaan inkijken gedurende die periode. Vermits het onderzoek zich toespitst op de provincie Limburg, zullen alle aangiften in de rechtbanken van eerste aanleg te Hasselt en Tongeren worden ingekeken. Op die manier is het mogelijk het uitgavenpatroon van alle Limburgse kandidaten en lijsten te schetsen.

Om de **tweede deelvraag** op te lossen zal er eerst een literatuuronderzoek plaatsvinden. Dit om na te gaan welke determinanten volgens de literatuur een invloed hebben op het investeringsgedrag van kandidaten. Vervolgens zullen deze en eventuele andere determinanten als variabelen worden opgenomen in een regressiemodel. Hierbij is de afhankelijke variabele de totale geldsom die een kandidaat investeert in zijn kiescampagne. Mogelijke onafhankelijke variabelen kunnen de volgende zijn: de plaats die de kandidaat inneemt op de lijst, de uittredende positie van de kandidaat, enzovoort.

Voor de **derde deelvraag** tenslotte is het tevens de bedoeling een model te construeren. Om de electorale score van de kandidaten te bepalen, zullen we het aantal voorkeurstemmen van de kandidaten als maatstaf nemen. Daarnaast wordt de informatie met betrekking tot de uitgaven van de kandidaten gebruikt. In het model zal de electorale score dienstdoen als afhankelijke variabele en de totale uitgaven van de kandidaat worden opgenomen als onafhankelijke variabele. Het is echter zeer waarschijnlijk dat er ook voor andere onafhankelijke variabelen gecontroleerd moet worden om een getrouw beeld van het effect te bekomen. Om die reden zullen we vertrekken van een onderzoek van de internationale literatuur met betrekking tot de effectiviteit van kiescampagnes.





## Hoofdstuk 3. Literatuurstudie

Voorafgaand aan het eigenlijke onderzoek dient er een overzicht te worden gegeven van de belangrijkste literatuur in het onderzoeksgebied. Deze bespreking van de internationale en nationale literatuur omtrent verkiezingsuitgaven zal per deelvraag gebeuren.

### 3.1 De kostprijs van een gemeentelijke kiescampagne

Onderzoeker Maddens en zijn collega's van de K.U. Leuven hebben in Belgische context heel wat onderzoek verricht inzake verkiezingsuitgaven op de verschillende bestuursniveaus. In dit onderdeel van de literatuurstudie wordt ingegaan op hun onderzoek verricht met betrekking tot het gemeentelijk niveau. Met behulp van zijn studenten verzamelde hij de individuele aangiften van 2762 personen die kandidaat waren bij de gemeenteraadsverkiezingen op 8 oktober 2000. Deze gegevens hebben in het totaal betrekking op 30 gemeenten, waaronder zowel kleinere gemeenten als centrumsteden (Maddens, 2004).

In de eerste plaats wordt een blik geworpen op de hoogte van de gedeclareerde uitgaven en wordt bekeken in hoeverre deze uitgaven de maximumbedragen benaderen. De gemiddelde kandidaat in de onderzochte gemeentes geeft om en bij de 621 euro uit aan zijn verkiezingscampagne. Wanneer we deze uitgave linken aan het aantal ingeschreven kiezers, kan worden vastgesteld dat er per ingeschreven kiezer 2,41 euro wordt gespendeerd. Wat opvalt is dat bijna negenentwintig percent van alle kandidaten geen enkele uitgave aangeeft. Onderstaande tabel bevat een overzicht van de berekende waarden per partij (Maddens, 2004).

	% dat een bedrag vermeldt hoger dan 0	Totale uitgave (Rubr. 1 tot 6) in euro	Totale uitgave per ingeschreven kiezer in eurocent	Totale uitgave/ Maximaal toegestane uitgave
AGALEV	6,6	13,6	0,04	0,004
CVP	97,9	1190,3	4,14	0,455
SP	82,2	402,1	1,22	0,134
VLBLOK	47,7	137,5	0,39	0,044
VLD	86,3	1012,2	4,18	0,436
VU-ID	58,4	182,6	0,34	0,046
Andere	80	664,8	3,43	0,306
Algemeen gemiddelde	71,5	621,0	2,41	0,249

**Tabel 1:** Cijfers met betrekking tot de gemeenteraadsverkiezingen van 8 oktober 2000

(Maddens, 2004, p.62)

De vierde kolom in bovenstaande tabel geeft de verhouding weer tussen de uitgaven van de kandidaten en het bedrag dat maximaal mag worden gespendeerd. De cijfers duiden erop dat kandidaten met hun uitgaven ver onder het wettelijk plafond blijven. Geen enkele van de onderzochte aangiften rapporteert een bedrag dat hoger ligt dan de toegestane uitgave. Daarnaast geven kandidaten gemiddeld slechts één vierde uit van de maximaal toegestane uitgave. Maddens leidt hieruit af dat de maximumbedragen zo hoog liggen dat ze in feite niet als een belemmering worden beschouwd door kandidaten (Maddens, 2004).

In 2006 voeren de onderzoekers van het Centrum voor Politicologie een gelijkaardig onderzoek, naar aanleiding van de gemeenteraadsverkiezingen die in dat jaar hebben plaatsgevonden. De uitgaven van alle kandidaten en lijsten in de dertien Vlaamse centrumsteden worden opgelijst en verwerkt. Het onderzoek beperkt zich tot de vijf grootste Vlaamse partijen, namelijk: CD&V, VLD, SP.A, Groen! en Vlaams Belang (Maddens & Weekers, 2006).

Het onderzoek start met een weergave van de absolute campagne-uitgaven per partij in de verschillende steden. Deze totale uitgaven omvatten de lijstuitgave en de uitgaven van de individuele kandidaten op de lijst. Omdat het niet correct is steden van een verschillende omvang met elkaar te vergelijken, wordt vervolgens de relatieve kostprijs van de verkiezingscampagnes berekend. Dit doet men door de kostprijs uit te drukken per ingeschreven kiezer in de gemeente. Deze techniek werd eveneens toegepast in het onderzoek over de gemeenteraadsverkiezingen van het jaar 2000. Wanneer men de relatieve campagne-uitgaven per lijst van groot naar klein rangschikt, valt het op dat de CD&V zesmaal in de top tien voorkomt. Ook VLD komt driemaal voor in de top tien van duurste verkiezingscampagnes. De uitgaven van SP.A-Spirit zijn in vergelijking met deze van VLD en CD&V meer evenwichtig gespreid over de dertien centrumsteden. Dit blijkt uit de standaarddeviatie van 0,45 ten opzichte van deze van 0,61 en 0,69 voor VLD en CD&V. De top tien van de goedkoopste campagnes in de centrumsteden in 2006 wordt overduidelijk gedomineerd door Groen!. De relatief duurste campagne van Groen! kostte immers slechts 46 eurocent per ingeschreven kiezer. De uitgaven van Vlaams Belang sluiten aan bij deze van Groen! wat betreft relatieve kostprijs (Maddens & Weekers, 2006).

In een volgende fase worden de campagne-uitgaven per lijst opgeteld zodat men een totaalbeeld bekomt van de uitgaven per partij. CD&V voert opnieuw de rangschikking aan met een totaaluitgave over de dertien centrumsteden heen van 1,75 miljoen euro. Op plaats twee en drie volgen de VLD en de SP.A op kleine afstand, met uitgaven van 1,47 en 1,37 miljoen euro. Vlaams Belang en Groen! spenderen opmerkelijk minder dan de drie grote partijen. De campagne van Vlaams Belang komt op een totale kostprijs uit van ongeveer 419.000 euro. Voor Groen! bedragen de uitgaven slechts 214.424 euro. Wanneer men al deze bedragen optelt, wordt duidelijk hoeveel alle verkiezingscampagnes in de dertien centrumsteden samen hebben gekost. De optelling leidt tot een bedrag van 5,2 miljoen euro. De gemiddelde uitgaven per kandidaat vertonen een patroon gelijkaardig aan dit van de partijen. Een kandidaat op een CD&V-lijst in 2006 gaf gemiddeld 1.947,5 euro uit. De laagste gemiddelde uitgave behoort opnieuw toe aan Groen! met slechts 52,8 euro per kandidaat (Maddens & Weekers, 2006).

Tot slot kunnen de uitgaven van lijsten en individuele kandidaten worden vergeleken met de toegestane maximumbedragen. Van alle middelen die partijen maximaal mogen spenderen wordt slechts 30 percent uitgegeven. Op kandidaat niveau spendeert men gemiddeld 22 percent van het toegestane bedrag. Hierin bestaat echter veel variatie tussen de partijen. CD&V spant opnieuw de kroon met een percentage van 41 percent. Vlaams Belang en Groen! daarentegen blijven met percentages van 3 percent en 0,80 percent ver onder het gemiddelde. Deze cijfers duiden erop dat het uitgavenplafond te hoog ligt waardoor het niet werkt als een rem op de uitgaven door kandidaten en lijsten. Tot eenzelfde besluit kwam onderzoeker Maddens reeds in 2000, wat het de moeite waard maakt om te kijken of de situatie bij de gemeenteraadsverkiezingen in 2012 al dan niet is gewijzigd (Maddens & Weekers, 2006).

Net als in Belgische context bestaat er in Groot-Brittannië regelgeving die beperkingen oplegt aan de campagne-uitgaven van partijen. Wat betreft de uitgaven voor een campagne op nationaal niveau bestaat er echter weinig controle. Op het lokaal niveau zijn, zoals in België, wettelijke maximumbedragen vastgelegd. Kandidaten zijn verplicht hun uitgaven openbaar te maken na de verkiezingen. Een tweede gelijkens met de Belgische regulering situeert zich in de hoogte van de maximumbedragen. Deze zijn namelijk afhankelijk van de omvang van het kiezerspubliek in een kieskring en van de geografische grootte van deze kieskring. Het voornaamste onderscheid dat hierbij wordt gemaakt is datgene tussen landelijke en stedelijke gebieden. Verkiezingscampagnes in landelijke gebieden worden geacht duurder te zijn omwille van het feit dat een uitgestreker geografisch gebied dient bereikt te worden. Bijgevolg liggen de maximumbedragen in deze regio's hoger. Een verschilpunt met de Belgische regulering is het feit dat Britse kandidaten hun persoonlijke uitgaven niet dienen op te nemen in de aangiften (Fieldhouse, Johnston, & Pattie, 1995).

In 1995 voeren Fieldhouse, Pattie en Johnston (1995) onderzoek naar de werkelijke uitgaven van de vier concurrerende partijen in Groot-Brittannië. Daarnaast bekijken ze net zoals Maddens hoe deze uitgaven zich verhouden tot de wettelijk vastgelegde maximumbedragen. Er wordt gewerkt met data van drie opeenvolgende algemene verkiezingen, namelijk gegevens uit 1983, 1987 en 1992. Koplopers met betrekking tot lokale verkiezingsuitgaven zijn over het algemeen de Conservatieve lijsten. Op de tweede plaats volgt de Labour partij, waarna de "Liberals" en de "Nationalists" op een afstand volgen. Om de verschillen tussen de partijen duidelijker te bekijken, worden de uitgaven van de partijen uitgedrukt als een percentage van het maximum toelaatbare bedrag in de desbetreffende kieskring. In 1983 spenderen de Conservatieven gemiddeld 75 percent van het maximumbudget. Voor de Labour partij en de Liberalen ligt dit percentage op 66 percent, respectievelijk 56 percent. De Nationalisten geven niet eens de helft van het maximumbedrag uit met een percentage van 39 percent. Over de jaren heen is er een stijging van dit percentage merkbaar bij alle partijen, uitgezonderd de Nationalisten. De verschillen in de uitgaven van partijen op het lokale niveau blijken in grote mate overeen te komen met de verhoudingen tussen deze vier partijen wat betreft nationale uitgaven (Fieldhouse, Johnston, & Pattie, 1995).

Een andere studie van twee van de drie bovenvermelde onderzoekers uit 2008, is gericht op het bepalen van de kostprijs van een stem. Hun studie situeert zich opnieuw binnen Groot-Brittannië en vergelijkt twee verkiezingen met elkaar.

Bij de eerste verkiezingen kan Labour worden beschouwd als de uitdager van de Conservatieven, waar bij de verkiezingen acht jaar later de rollen omgekeerd zijn (Johnston & Pattie, 2008).

Eerst en vooral komen de onderzoekers tot de conclusie dat een stem in 1997 gemiddeld 33 pence kost, waar acht jaar later dit bedrag is gestegen tot 43 pence. Vervolgens gaan ze na hoeveel het kost voor een partij om een extra stem te behalen in een bepaalde kieskring. Dit bedrag is sterk gestegen over de periode van acht jaar heen, namelijk van 1,33 pond naar 2,25 pond. Extra stemmen zijn dus opmerkelijk duurder geworden (Johnston & Pattie, 2008).

Een door Pattie en Johnston uitgevoerde regressie geeft aan dat partijen meer uitgeven naarmate het kiespubliek groter is en naarmate de partij in de desbetreffende kieskring een beter resultaat behaalde bij de vorige verkiezingen. Verschillen in uitgavepatroon kunnen voornamelijk worden waargenomen tussen de Conservatieven en de Labour partij. Toen de Labour partij de grootste uitdager was, in 1997, werd er door hen gemiddeld 1,91 pond meer uitgegeven aan elke kiescampagne dan door de Conservatieven. In 2005 waren de rollen tussen beide partijen omgekeerd en spendeerde de Conservatieve partij 1,86 pond meer dan de "incumbent" partij, namelijk Labour. Dit bewijst hun stelling dat de grootste uitdager bij verkiezingen meer uitgeeft aan de verkiezingscampagne (Johnston & Pattie, 2008).

### *3.2 Determinanten van de verkiezingsuitgaven*

In het reeds eerder besproken onderzoek van Maddens met betrekking tot de gemeenteraadsverkiezingen van 2000 gaat de onderzoeker op zoek naar variabelen die mogelijk een invloed hebben op de hoogte van het uitgavenniveau van kandidaten. Voor het oplijsten van deze mogelijk bepalende variabelen baseert hij zich enerzijds op de literatuur en anderzijds op de praktijk. Op die manier komt men tot een heel aantal verklarende variabelen waaronder: het al dan niet behoren van de partij tot de uittredende coalitie, het aantal ingeschreven kiezers, de plaats op de lijst, het al dan niet uitgeoefend hebben van een gemeentelijk mandaat tijdens de afgelopen legislatuur en het al dan niet uitoefenen van een ministerieel of parlementair mandaat op regionaal of federaal niveau. Vervolgens zal er op enkele van de onderzochte variabelen verder worden ingegaan (Maddens, 2004).

Uit de cijfergegevens blijkt dat de uitgave van een kandidaat het plafondbedrag dichter benadert naarmate, de belangrijkheid van het gemeentelijk mandaat dat de kandidaat tijdens de afgelopen bestuursperiode bekleedde, toeneemt. Zo geven gemeente- en OCMW-raadsleden gemiddeld 44 percent van het toegestane bedrag uit en burgemeesters bijna het volledige bedrag. Schepenen bevinden zich met hun uitgaven tussen de vorige twee mandaten in. Kandidaten die naast de gemeenteraadsverkiezingen zich tevens verkiesbaar stellen op een lijst voor de provincie blijken gemiddeld 300 euro meer uit te geven dan andere kandidaten. De grootste uitgaven worden geconstateerd bij kandidaten die op het moment van de gemeenteraadsverkiezingen een mandaat als minister of parlamentslid uitoefenden. Hun uitgaven liggen ongeveer vijfmaal boven het bedrag dat een gemiddelde kandidaat aan zijn verkiezingscampagne spendeert. Een soortgelijk maar beperkter patroon kan worden vastgesteld bij kandidaten die tijdens de voorbije legislatuur een mandaat op provinciaal niveau bekleedden.

Met betrekking tot de plaats van kandidaten op een lijst blijken het voornamelijk de eerste drie kandidaten en de lijstduwer te zijn die meer dan het algemene gemiddelde spenderen. Wanneer men het kiezerspubliek binnen een gemeente vergelijkt met de uitgaven door kandidaten valt het op dat hoe groter de gemeente, des te minder kandidaten relatief gezien spenderen (Maddens, 2004).

Na de bovenstaande beschrijvende aanpak gaat men het verband tussen de uitgaven en de onafhankelijke variabelen na aan de hand van een regressieanalyse. Hierbij wordt telkens bekeken hoe een van de verklarende variabelen zich verhoudt tot het uitgavenniveau terwijl men controleert voor de andere verklarende variabelen. Uit deze regressieanalyse blijkt dat de sterkste verklaring voor de hoogte van de uitgaven wordt geleverd door de grootte van de partij of lijst. De grootte van de partij stelt men concreet voor door het stemmenaantal dat de partij bij de voorgaande gemeenteraadsverkiezingen in 1994 behaalde. Ook de partijen op zich verklaren in zekere zin de hoogte van de uitgaven. Vooral voor Agalev en SP is er een sterk effect in die zin dat kandidaten van deze partijen opmerkelijk minder uitgeven dan deze van de CVP en de andere lijsten. Verder is het nog steeds het geval dat er een sterke stijging is van de uitgaven wanneer een kandidaat tijdens de vorige legislatuur het mandaat van schepen of burgemeester uitoefende. Het zogenaamde lijsttrekkerseffect en het effect van het aantal ingeschreven kiezers worden eveneens herbevestigd. Een verschilpunt met de voorgaande beschrijvende aanpak kan worden vastgesteld met betrekking tot kandidaten die tevens opkomen op een lijst voor de provincieraadsverkiezingen. Deze factor is niet langer verklarend wanneer er men controleert voor de andere variabelen (Maddens 2004).

Enkele jaren later stellen Maddens en zijn collega's zich dezelfde vraag met betrekking tot de determinanten van verkiezingsuitgaven, weliswaar in een andere context. Zo werken Maddens en Weekers (2009) in hun boek "Het geld van de partijen" met gegevens omtrent de verkiezingsuitgaven van alle kandidaten bij de verkiezingen in 1991, 1995, 1999, 2003, 2004 en 2007. Deze cijfers hebben bijgevolg betrekking op de federale en regionale parlementsverkiezingen. Omwille van die reden wordt er niet verder ingegaan op de cijfers zelf. Het is echter interessant kort te bespreken welke factoren volgens de onderzoekers een invloed uitoefenen op de hoogte van de uitgaven bij verkiezingen op andere niveaus dan het lokale.

De kostprijs van de individuele verkiezingscampagnes wordt volgens Maddens en Weekers niet enkel bepaald door het maximumbedrag dat door kandidaten mag worden gespendeerd, maar ook door de politieke functie van de kandidaten. Uittredende parlementsleden, ministers en kandidaten die tevens burgemeester zijn in een gemeente blijken meer geld te spenderen aan hun campagne. Men constateert geen invloed wanneer een kandidaat de functie van schepen of gemeenteraadslid uitoefent. Evenmin gaat er volgens de studie een effect uit van de leeftijd of het beroep van de kandidaat op zijn uitgavenniveau. Een factor die dan weer wel bepalend is voor de uitgaven van een kandidaat is het geslacht. Over het algemeen kan worden gesteld dat vrouwen goedkoper campagne voeren dan mannen. Een vrouwelijke kandidaat op plaats twaalf van een lijst spendeert met andere woorden minder dan een mannelijke kandidaat die op dezelfde plaats zou staan (Maddens & Weekers, 2009).

Er kan worden vastgesteld dat de onderzoekers de invloed van verschillende determinanten in acht nemen naargelang het niveau waarop de verkiezingen plaatsvinden. In deze masterproef zullen we voornamelijk rekening houden met de bevindingen van Maddens in zijn onderzoek van 2004. Toch is het eveneens mogelijk en interessant om de invloed van variabelen als leeftijd en beroep na te gaan op de uitgaven van kandidaten bij gemeenteraadsverkiezingen.

### *3.3 De effectiviteit van de verkiezingsuitgaven*

Na een onderzoek van de internationale literatuur omtrent verkiezingsuitgaven kan worden geconstateerd dat de aandacht van onderzoekers vooral uitgaat naar het beantwoorden van de derde deelvraag in deze masterproef. Omwille daarvan wordt getracht in het hiernavolgende gedeelte een overzicht te geven van de belangrijkste internationale literatuur, met extra aandacht voor de verschillende contexten waarop de studies betrekking hebben. Eerst en vooral wordt er evenwel gestart met een Belgisch onderzoek naar de effectiviteit van gemeentelijke kiescampagnes.

De effectiviteit van de verkiezingsuitgaven werd in 2004 onderzocht, naar aanleiding van de gemeenteraadsverkiezingen van 8 oktober 2000. De onderzoeker, Bart Maddens, beschouwt de hoogte van de verkiezingsuitgaven als mogelijke verklarende variabele voor het verkiezingsresultaat. De afhankelijke variabele in dit model wordt weergegeven door het aantal voorkeursstemmen dat een kandidaat behaalde. De correlatie tussen de uitgaven en het aantal voorkeursstemmen van een kandidaat bedraagt 0,626. Vervolgens wordt nagegaan of deze positieve correlatie blijft bestaan wanneer men voor andere relevante variabelen controleert. De aangegeven uitgave door kandidaten blijkt nog steeds een significant effect te hebben op hun verkiezingsresultaat. De op een na hoogste partiële correlatie kan namelijk worden geconstateerd voor de factor uitgave. Het model geeft aan dat een stijging van het aantal voorkeursstemmen met één procentpunt kan worden bereikt door een extra uitgave van vier eurocent per kiezer. Maddens geeft ook een alternatief om meer stemmen te verkrijgen en dit is burgemeester of lijsttrekker worden. Deze posities doen het percentage voorkeursstemmen namelijk toenemen met 7,6 en 3,128 procentpunten. De onderzoeker maakt echter een belangrijke kanttekening bij deze resultaten. De indruk zou namelijk gewekt kunnen worden dat meer geld uitgeven aan een campagne extra voorkeursstemmen oplevert. Naast uitgaven zijn er immers nog factoren die in tijd voorafgaan aan het verkiezingsresultaat. Ook factoren zoals de naambekendheid en populariteit van een kandidaat hebben een invloed op het aantal voorkeursstemmen, maar hier houdt men in dit onderzoek geen rekening mee (Maddens, 2004).

Een persoon die op internationaal gebied heel wat onderzoek heeft verricht aangaande campagne-uitgaven bij verkiezingen is Gary Jacobson. In een onderzoek uit 1978 tracht hij een inzicht te geven in de relatie tussen verkiezingsuitgaven van kandidaten en hun resultaten bij de eigenlijke verkiezingen. Volgens Jacobson hebben zogenaamde "incumbents" een serieuze voorsprong op hun uitdagers bij verkiezingen. Omwille hiervan zijn campagne-uitgaven van veel groter belang voor de uitdagers dan voor de kandidaten die streven naar een herverkiezing. Er wordt een regressiemodel opgesteld met het stemmenaandeel van de "challengers" als afhankelijke variabele.

De verklarende variabelen bestaan uit: de campagne-uitgaven van enerzijds "challengers" en anderzijds "incumbents", de sterkte van de uitdagende partij in het onderzochte district en een dummy variabele die aangeeft van welke partij de uitdager deel uitmaakt. Deze laatste twee variabelen worden opgenomen omdat men verwacht dat ze een invloed uitoefenen op het gemak waarmee een kandidaat middelen kan verwerven en stemmen kan behalen. De data die Jacobson gebruikt, zijn deze van de verkiezingen voor het Huis van Afgevaardigden in de Verenigde Staten in 1972 en 1974 (Jacobson, 1978).

Het geconstrueerde regressiemodel maakt duidelijk dat uitgaven van uitdagers de grootste impact hebben op de verkiezingsresultaten. Voor elke tienduizend dollar die uitdagers spenderen, verwacht men dat ze één percent extra stemmen winnen. Wanneer men een eenvoudige correlatie tussen de uitgaven van "incumbents" en het stemmenaantal van "challengers" construeert, blijkt deze positief te zijn. Dit houdt in dat wanneer men alle andere factoren buiten beschouwing laat, hoe meer "incumbents" uitgeven, des te slechter ze presteren. Daarnaast blijkt uit een andere regressiemodel dat de hoogte van de uitgaven van "incumbents" voornamelijk verklaard wordt door de uitgaven die "challengers" doen. "Incumbents" passen bijgevolg hun uitgaven aan, aan de hoeveelheid middelen die hun uitdagers in de verkiezingscampagne investeren (Jacobson, 1978).

Ten derde wordt nagegaan hoe het zit met de verschillen in uitgaven tussen de verkiezingen in 1972 en deze in 1974. Het verschil in uitgaven van de "incumbents" blijkt zo goed als identiek te zijn aan het verschil in uitgaven van hun tegenstanders. Dit biedt opnieuw een bewijs voor bovenstaande conclusie dat "incumbents" hun uitgaven aanpassen aan deze van hun tegenstanders. Het betekent echter niet dat wanneer een "incumbent" zijn budget laat toenemen als reactie op een toename van het budget van zijn uitdager hij hiermee de voorsprong die de uitdager heeft volledig tenietdoet. Zo kan immers worden waargenomen dat er een klein negatief verband is tussen het verschil in uitgavniveau van "incumbents" en het verschil in stemmen behaald door "incumbents" bij beide verkiezingen. Zo spendeerden 87 percent van de "incumbents" die verloren bij de verkiezingen van 1974 bijvoorbeeld meer in dat jaar dan bij de voorgaande verkiezingen in 1972 die ze wonnen (Jacobson, 1978).

Jacobson laat niet na enkele beleidsaanbevelingen te doen na de uiteenzetting van de resultaten. Hij concludeert dat het marginaal voordeel van een toename in campagne-uitgaven veel groter is voor een uitdager dan voor een uittredend kandidaat. Wanneer het budget voor beide groepen toeneemt, zal dit de uitdager vooruit helpen. Subsidies aan alle kandidaten door de overheid kunnen er bijgevolg voor zorgen dat kiescampagnes competitiever worden. Dit omdat het voor uitdagers eerst en vooral moeilijker is om middelen te verwerven. Daarnaast kunnen additionele middelen voor "incumbents" door een dergelijke subsidie de voorsprong die uitdagers hebben niet tenietdoen. Wanneer een overheid echter overweegt maximumbedragen voor verkiezingscampagnes vast te stellen of andere instrumenten installeert die de beschikbare middelen beperken, werkt dit in het voordeel van de "incumbents". Beide overwegingen dienen bijgevolg in acht te worden genomen (Jacobson, 1978).



Ook Gerber (1998) maakt in zijn onderzoek een onderscheid tussen de uitgaven van politici die streven naar een herverkiezing en de zogenaamde uitdagers die tijdens de vorige ambtstermijn niet verkozen waren. Hij heeft als doel instrumentele variabelen te bepalen die de uitgaven bij federale kiescampagnes beïnvloeden. Als eerste richt de onderzoeker zich hiervoor echter op het construeren van een model dat het effect van de verkiezingsuitgaven op het electoraal resultaat nagaat. Het model dat Gerber opstelt in zijn onderzoek is gelijkaardig aan dit van Jacobson, maar neemt het stemmenaandeel van de "incumbents" en niet dit van de "challengers" op als afhankelijke variabele. De uitgaven van "incumbents" enerzijds en "challengers" anderzijds worden beiden beschouwd als onafhankelijke variabelen. Daarnaast neemt de onderzoeker nog een reeks onafhankelijke variabelen op die het effect meten van onder andere economische en ideologische condities en de kwaliteit van de uitdagers. Zo gebruikt hij het werkloosheidsniveau van een staat tijdens het verkiezingsjaar als maatstaf voor de economische omstandigheden. De verwachting is namelijk dat ongunstige economische omstandigheden een gunstige invloed hebben op het resultaat van uitdagers. Om de kwaliteit van de uitdagers te meten wordt het niveau van politieke ervaring gebruikt (Gerber, 1998).

De resultaten van het geschatte model geven aan dat wanneer de hoogte van de uitgaven constant wordt gehouden, het marginaal voordeel van uitgaven door "challengers" dubbel zo groot is als het effect van uitgaven door "incumbents". Vervolgens brengt Gerber het totale effect van de verkiezingsuitgaven in kaart. Het budget van de gemiddelde "incumbent" ligt tweemaal hoger dan dit van zijn uitdager. Dit voordeel wordt echter volledig teniet gedaan door de hogere marginale opbrengst van de uitgaven van uitdagers. Het totale effect van verkiezingsuitgaven is namelijk een afname van 4,97 percent van het stemmenaandeel van de "incumbent". Men kan besluiten dat de uitgaven van uittredende kandidaten wel degelijk een effect hebben op het verkiezingsresultaat. Deze uitgaven zijn echter slechts half zo effectief als de uitgaven van uitdagers (Gerber, 1998).

In tegenstelling tot onderzoeken van onder andere Jacobson is Gerber het er niet mee eens dat het uitgavenniveau van kandidaten moet worden beschouwd als exogeen. Zijn redenering is gelijkaardig aan deze van Maddens en hij stelt dat het uitgavenniveau van kandidaat beïnvloed wordt door verscheidene factoren. Indien Gerbers visie correct is, houdt dit echter in dat bovenvermelde OLS regressie geen goede schatting van het model weergeeft. Gerber ziet verschillende redenen om aan te nemen dat electorale omstandigheden de uitgaven van een kandidaat beïnvloeden. Naarmate de kans op overwinning van een kandidaat toeneemt, is het volgens hem gemakkelijker voor deze kandidaat om geld op te halen voor zijn campagne. Daarnaast zal een uittredende kandidaat wanneer hij zijn kans op herverkiezing als zeker beschouwt, zijn inspanningen om geldmiddelen te verzamelen gaan terugschroeven.

Gerber richt zich bijgevolg op het selecteren van instrumentele variabelen die de uitgaven van kandidaten beïnvloeden zonder rechtstreeks een invloed uit te oefenen op de verkiezingsuitslag. De volgende drie variabelen neemt Gerber in overweging: rijkdom van de uitdagers, aantal stemgerechtigden in de desbetreffende staat en de totale uitgaven van "incumbents" en "challengers" bij de voorgaande verkiezingen.

Wanneer men rekening houdt met deze instrumentele variabelen levert een aangepaste schatting van het model andere resultaten op. Het marginale effect van de uitgaven van beide groepen blijkt nu immers zo goed als gelijk te zijn. Dit in tegenstelling tot de OLS regressie waarbij de uitgaven van uitdagers dubbel zo effectief bleken als deze van "incumbents". Wanneer we vervolgens in aanmerking nemen dat het budget van "incumbents" een stuk hoger ligt dan dit van "challengers", kan opnieuw het totale effect van de uitgaven bepaald worden. Het totale effect van de verkiezingsuitgaven doet het stemmenaandeel van de "incumbent" met 6,28 percent toenemen ten opzichte van dit van de "challenger". Men kan dus besluiten dat een OLS regressie, zonder instrumentele variabelen, de effectiviteit van de uitgaven van uittredende kandidaten onderschat (Gerber, 1998).

In Britse context is er eveneens onderzoek verricht naar de effectiviteit van kiescampagnes en de verschillen in uitgavegedrag tussen "challengers" en "incumbents". In tegenstelling tot andere onderzoeken focussen Fieldhouse, Johnston en Pattie (1995) zich op lokale campagnes die worden gevoerd in de aanloop naar nationale verkiezingen. Ook deze onderzoekers besluiten dat gegevens met betrekking tot de uitgaven van partijen dienst kunnen doen als een goede indicator voor de mate van campagne-inspanning. Net als in het onderzoek van Gerber (1998) neemt men ook in deze studie het stemmenaandeel van de partijen als afhankelijke variabele op. Het uitgavenniveau van de partijen is een van de verklarende variabelen. De auteurs zijn er zich echter van bewust dat ook lokale factoren het stemgedrag van burgers beïnvloeden en bijgevolg het verkiezingsresultaat van partijen. De controlevariabele waarmee rekening wordt gehouden is de sociale structuur die overwegend voorkomt binnen een kieskring. Het resultaat van deze test geeft aan dat er een duidelijk verband bestaat tussen de mate van inspanning, in de zin van uitgaven, en het aantal stemmen van een partij (Fieldhouse, Johnston & Pattie, 1995).

Fieldhouse, Johnston en Pattie (1995) leggen zich echter niet zomaar neer bij dit resultaat. Ze stellen zich immers de vraag of de effectiviteit van een kiescampagne gelijk is voor "challengers" en "incumbents". Uit andere onderzoeken blijkt dat kandidaten die in de afgelopen legislatuur verkozen waren namelijk een voorsprong hebben op hun uitdagers. Zij kunnen immers teren op de aandacht die ze krijgen tijdens de uitoefening van hun parlementair mandaat. De uitgaven van de partij die optreedt als uitdager hebben de verwachte impact. Hoe hoger de uitgaven van een uitdager liggen, hoe groter zijn eigen stemmenaandeel en hoe lager het stemmenaandeel van de opponent blijkt te zijn. Een meer opvallende bevinding doen de onderzoekers wanneer het gaat over de uitgaven van uittredende kandidaten. Hun uitgaven hebben volgens het onderzoek geen significante impact op de steun voor de eigen partij, noch op de steun van de kiezer voor de opponent. Vervolgens maken de auteurs echter een niet te verwaarlozen kanttekening bij deze resultaten. Het is onwaarschijnlijk dat de uitgaven van "incumbent" partijen onafhankelijk zijn van de uitgaven van "challenger" partijen en omgekeerd. Zo is het aannemelijk dat uittredende partijen hun lokale uitgaven zullen verhogen wanneer ze worden geconfronteerd met een sterke uitdager. Omdat de hoogte van de uitgaven bijgevolg kan afhangen van de strategische overwegingen van partijen is het nodig een nieuwe vergelijking op te stellen en deze te schatten. Het voorgaande is eveneens terug te vinden in het onderzoek van Jacobson uit 1978.

Met betrekking tot de "challengers" blijft het resultaat hetzelfde bij deze aangepaste schatting. Uitgaven hebben een significant effect op de verkiezingsresultaten en wel in positieve richting. Voor "incumbent" partijen is het plaatje een stuk complexer. In sommige gevallen is er net zoals bij de eerste schatting geen impact van uitgaven op de electorale score. In andere gevallen is er een negatieve, dan wel een positieve impact. Dit wijst erop dat de uitgaven van "incumbents" zeer willekeurig zijn of weinig variëren (Fieldhouse, Johnston & Pattie, 1995).

In een ander Brits onderzoek, uitgevoerd door Johnston en Pattie, wordt gewerkt met gegevens van de verkiezingen in 1997 en 2008. Bij de eerste verkiezingen kan Labour worden beschouwd als de uitdager van de Conservatieven, waar bij de verkiezingen acht jaar later de rollen omgekeerd zijn. De derde partij die wordt besproken is deze van de Liberaal Democraten (Johnston & Pattie, 2008).

Voor elke extra pond die in 1997 werd uitgegeven, kan worden opgemerkt dat het de partijen ongeveer drie extra stemmen opleverde. Wanneer de onderzoekers een interactieterm toevoegen die de factoren uitgaven en partij van elkaar laat afhangen, geeft de coëfficiënt van de interactieterm aan dat Labour kandidaten in 1997 een veel grotere opbrengst uit een investering van één pond behaalden, dan Conservatieve kandidaten. Dit voordeel ten opzichte van de Conservatieve partij bestaat niet in hoofde van de Liberaal Democraten. Deze bevindingen met betrekking tot de interactieterm ondersteunen opnieuw de visie dat uitdagers een grotere opbrengst uit hun campagne-investeringen halen dan "incumbents" (Johnston & Pattie, 2008).

Johnston en Pattie passen de gevonden coëfficiënten tevens toe op een voorbeeldsituatie. Stel dat de Conservatieve partij 9.000 pond zou spenderen aan een lokale campagne in een kieskring van 70.000 kiezers. Dit zou henzelf 24.767 stemmen opleveren, waar de Labour partij bij een uitgave ter hoogte van hetzelfde bedrag 34.146 stemmen zou behalen. De uitdager, de Labour partij in dit geval, heeft dus relatief het grootste voordeel van een extra uitgave. Om de stelling met betrekking tot het verschil in effect tussen "incumbents" en "challengers" volledig te verifiëren moet het omgekeerde patroon, kunnen worden teruggevonden bij de verkiezingen in 2005. De door Pattie en Johnston uitgevoerde regressie met gegevens uit 2005 bewijst dit. Als algemene conclusie stellen de onderzoekers dat alle drie de partijen voordeel halen uit extra uitgaven, maar de grootte van dit voordeel is afhankelijk van de politieke status van de partij ten tijde van de verkiezingen (Johnston & Pattie, 2008).

Sudulich en Wall (2011) leveren een Ierse bijdrage aan de internationale literatuur met betrekking tot de effectiviteit van kiescampagnes. Hun bijdrage verschilt enigszins van de onderzoeken die hiervoor reeds werden besproken. De onderzoekers gaan namelijk na of de manier waarop campagnemiddelen worden gependend gerelateerd is aan het electorale succes van kandidaten. Eerst gaan ze na of bepaalde campagne-instrumenten tot een groter stemmenaantal leiden dan andere categorieën instrumenten. Deze invalshoek van Sudulich en Wall zal in deze masterproef niet worden onderzocht. Een tweede onderzoeksvraag die in hun studie aan bod komt, trekt meer de aandacht. Men stelt namelijk de vraag in welke mate het diversifiëren van geldmiddelen over meerdere campagne-instrumenten een invloed heeft op de electorale prestaties van kandidaten. Deze onderzoeksvraag was tot nog toe niet belicht in de literatuur.

Daarnaast kadert deze onderzoekspiste in de verschuiving van het onderzoeksgebied van de vraag of geld ertoe doet naar de vraag hoezeer en op welke manier geldmiddelen het verschil maken in kiescampagnes.

De gegevens waarmee de onderzoekers werken zijn afkomstig van de nationale Ierse verkiezingen in 2007. De wijze waarop verkiezingen in Ierland worden georganiseerd zorgt voor sterke competitiviteit tussen kandidaten en verklaart het grote belang dat wordt gehecht aan lokale campagnevoering. Dit omdat er een systeem van voorkeursstemmen van toepassing is. Hierdoor staan kandidaten onder druk om zich te onderscheiden van collega-kandidaten binnen hun eigen partij (Sudulich & Wall, 2011).

Wat betreft de eerste onderzoeksvraag onderscheiden de onderzoekers verschillende categorieën instrumenten waaraan kandidaten mogelijk geld spenderen tijdens hun verkiezingscampagne. Voorbeelden hiervan zijn posters, flyers, advertenties en het inzetten van campagnemedewerkers. Kandidaten geven gemiddeld het meest uit aan posters, gevolgd door flyers en folders. Ze spenderen bijgevolg het grootste deel van hun middelen op een zodanige manier dat hun gezicht bekend wordt bij kiezers. Vervolgens gaan de onderzoekers in op de diversificatie van campagnemiddelen. Hiervoor maken ze gebruik van de Herfindahl-Hirschman index. Voor het gemak van interpretatie keren ze de index om zodat een hoger indexcijfer duidt op een grotere diversificatie van de middelen over de verschillende campagne-instrumenten. Een lager indexcijfer wijst eerder op een concentratie van de middelen op een of enkele instrumenten. Om een zicht te krijgen op de tweede onderzoeksvraag worden vier hypothesen vooropgesteld. Hypothese 1 stelt dat bepaalde campagne-instrumenten een hogere marginale opbrengst hebben, in de zin van een betere verkiezingsuitslag, dan andere. De tweede hypothese gaat ervan uit dat de mate van diversificatie positief in verband staat met het verkiezingsresultaat van de kandidaat. Ten derde veronderstelt men dat het effect van diversificatie op de verkiezingsuitslag van een kandidaat mee bepaald wordt door het totale uitgavenniveau van die kandidaat. Tot slot stellen de onderzoekers dat de impact van diversificatie op het resultaat minder uitgesproken is voor zogenaamde "incumbents" dan voor "challengers" (Sudulich & Wall, 2011).

Bij het toetsen van hypothese 1 worden andere elementen die mogelijk een invloed uitoefenen op het verkiezingsresultaat constant gehouden. Dit zijn onder andere het totale uitgavebedrag van de kandidaten, hun politieke status, enzovoort. Het toetsen van deze hypothese leidt tot het resultaat dat heel wat categorieën instrumenten niet significant blijken te zijn. Posters, flyers en brochures blijken niet enkel de meest gebruikte instrumenten te zijn. Deze hebben tevens een significante invloed op het electoraal resultaat van kandidaten. Bijgevolg ondersteunen de cijfergegevens hypothese 1. Ook hypothese 2 kan niet worden verworpen. Deze hypothese geeft echter weinig informatie vermits het effect van diversificatie een sterke invloed ondergaat van de hoogte van de totale uitgaven. Omwille van deze reden construeren de onderzoekers drie modellen die werken met interactietermen. In een eerste model gaat men de interactie tussen diversificatie en het totale uitgavenniveau na. Voor de bespreking van de resultaten maakt men een onderscheid tussen campagnes met een laag, gemiddeld en hoog budget. Voor kandidaten met een laag budget is het effect van diversificatie op het aantal stemmen negatief. Zij kunnen hun middelen dus best concentreren op een of een beperkt aantal instrumenten.

Kandidaten met een hoog budget ervaren een positief significant effect, waar voor een gemiddeld budget de resultaten niet statistisch significant zijn (Sudulich & Wall, 2011).

Het model dat nagaat of het diversificatie-effect afhankelijk is van de status van de kandidaat is niet significant. Tot slot tracht men de marginale effecten van diversificatie in kaart te brengen wanneer zowel het totale uitgavenniveau als de status van de kandidaat variëren. De resultaten geven aan dat het diversifiëren van campagnemiddelen voor "incumbents" enkel effectief is bij een hoog campagnebudget. Voor de zogenaamde "challengers" geldt dezelfde redenering als deze bij model 1 hierboven. Er kan worden geconcludeerd dat vooral het verband tussen het uitgavenniveau van kandidaten en de mate van diversificatie opmerkelijk is, vermits deze relatie belangrijke implicaties kan hebben voor de strategie die een kandidaat beoogt te volgen (Sudulich & Wall, 2011).

Cox en Thies (2000) werpen een blik op campagnevoering in een volledig andere culturele context. Zij trachten de impact van de hoeveelheid geldmiddelen in een verkiezingscampagne op het aantal stemmen in kaart te brengen in Japanse context. De data hebben betrekking op de periode 1967-1990 en de focus ligt op kandidaten van de liberaal democratische partij. Vooreerst merken de onderzoekers op dat geld van veel groter belang is in Japanse verkiezingscampagnes in vergelijking met andere landen. De verklaring hiervoor ligt in de wijze waarop het kiessysteem in Japan werkt. Dit systeem is gelijkaardig aan de Ierse kiesprocedure. Kandidaten geraken verkozen op basis van het aantal voorkeursstemmen dat ze behalen binnen hun district. Daarenboven kunnen stemmen niet worden overgedragen van een kandidaat naar een andere kandidaat binnen dezelfde partij wanneer een van beide teveel stemmen heeft en de ander te weinig. Dit zorgt voor een stevige competitie tussen kandidaten binnen dezelfde partij omdat zij strijden voor de stem van eenzelfde groep kiezers. De voornaamste manier om je als kandidaat te onderscheiden van de tegenkandidaten bestaat erin enorme hoeveelheden geld te spenderen om een trouwe groep volgers mobiliseren (Cox & Thies, 2000).

Vele studies hebben er reeds op gewezen dat er een verband bestaat tussen de hoeveelheid geld die kandidaten aan hun campagne spenderen en het aantal stemmen dat ze behalen bij de eigenlijke verkiezing. De vraag die zich echter opdringt is in welke mate en tot op welke hoogte geld van belang is. Cox en Thies verwijzen hierbij naar het zogenaamde "Jacobson effect". Jacobson besluit immers dat de uitgaven van "incumbent" kandidaten in de Verenigde Staten negatief gecorreleerd zijn met hun verkiezingsresultaat. In Japan is dit effect echter in mindere mate aanwezig. Wanneer de grootte van districten immers toeneemt, neemt het stemmenaandeel om een zetel te veroveren af en wordt de strijd tussen kandidaten bijgevolg competitiever. Deze stelling ondersteunen de onderzoekers tevens met cijfers. In districten waar 3,4 of 5 zetels te winnen zijn is er bij de verkiezingen in de periode 1969-2000 in zeventig percent van de gevallen een positieve correlatie tussen het uitgavenniveau van "incumbents" en hun stemmenaandeel. Het "Jacobson effect" mag echter niet volledig worden genegeerd (Cox & Thies, 2000).

Cox en Thies (2000) bouwen een model op met vier endogene variabelen. De afhankelijke variabele is het stemmenaandeel van een kandidaat.

Deze tracht men te verklaren aan de hand van de uitgaven van de kandidaat zelf, van tegenkandidaten binnen de eigen partij en tegenstanders van andere partijen. Tegenkandidaten komen steeds op binnen hetzelfde district, vermits men de strijd om een bepaalde zetel in kaart wilt brengen. Elk van deze variabelen wordt beschouwd als endogeen in de zin dat ze beïnvloed worden door andere variabelen en ook zelf een invloed uitoefenen. Op het model werken ook twee categorieën exogene variabelen in, namelijk: kenmerken van de kandidaat en van het district. De resultaten van het onderzoek zijn zoals men kan verwachten. De uitgaven door kandidaten zelf hebben het grootste effect op het verkiezingsresultaat. Een toename van de eigen uitgaven met één percent leidt ruwweg tot een toename van het aantal stemmen met één percent. Wanneer een tegenstander zijn budget laat toenemen met één percent heeft dit een beperkt negatief effect van - 0,25 percent op het verkiezingsresultaat van de kandidaat.

Interessant aan het onderzoek van Cox en Thies (2000) is vooral de vergelijking die ze maken tussen Japan en de Verenigde Staten met betrekking tot het effect van geld op het verkiezingsresultaat. Om uitspraken te doen over de verkiezingscampagnes doen ze een beroep op de resultaten van een onderzoek van Ansolabehere en Snyder (1996). Deze komen tot de conclusie dat een stijging van de uitgaven van "incumbents" met 100.000 dollar leidt tot een toename van het aantal stemmen met één percent. Hetzelfde verhaal voor "challengers" in de VS geeft een verbetering van het verkiezingsresultaat met vijf percent. Kandidaten in Japan hebben te maken met een nog positiever effect, namelijk een toename van het aantal voorkeursstemmen met tien percent voor elke extra uitgave van 100.000 dollar. Een belangrijke opmerking dient echter te worden gemaakt bij het bespreken van deze resultaten. Deze vergelijkingen brengen niet in rekening dat de inspanningen die kandidaten moeten doen om een zetel te winnen, verschillen over de landen heen. Om beide landen beter te kunnen vergelijken dient men rekening te houden met het minimum aantal stemmen dat nodig is voor een overwinning. Deze drempelwaarde ligt op vijftig percent in de VS, tegenover waarden die variëren van 16,7 percent tot 25 percent in Japan. Rekening houdend met dit perspectief kan worden geconcludeerd dat het uitgaveneffect bij verkiezingen in Japan vijftientwintig maal groter is dan voor Amerikaanse "incumbents" en vijfmaal groter dan voor "challengers" in de Verenigde Staten (Cox & Thies, 2000).

Samuels (2001) werkt verder op een onderzoek van Cox en Thies uit 1998. De focus ligt op de concurrentie tussen kandidaten van eenzelfde partij in een kiessysteem dat is opgebouwd rond voorkeursstemmen. In een dergelijk kiessysteem blijkt dat kandidaten hoofdzakelijk individueel campagne voeren. Ze strijden niet op het partijniveau of op grond van beleidsvoorstellen maar richten zich op het tot stand brengen van een netwerk rondom hun persoonlijkheid. Kandidaten spenderen bijgevolg het merendeel van de middelen aan het aan het bewerkstelligen van naamherkenning.

Cox en Thies werken met data afkomstig van verkiezingen in Japan. Zij constateren een positief verband tussen de intensiteit van de competitie binnen partijen en het niveau van individuele uitgaven door kandidaten. De opzet van Samuels is de resultaten van Cox en Thies te generaliseren door te werken met data uit Brazilië. Japan en Brazilië hebben een zeer gelijkaardig kiessysteem, maar er is een verschilpunt met betrekking tot een belangrijke variabele.

Het aantal zetels dat in elk district open staat bij verkiezingen is namelijk een stuk groter in Brazilië dan in Japan. De grootte van een district in Brazilië varieert van 8 tot 70 zetels, waar in Japan in een district 1 tot 6 zetels openstaan voor kandidaten. Samuels veronderstelt dat wanneer de grootte van een district en dus ook het aantal concurrerende kandidaten toeneemt, de kwaliteit van de informatie die kandidaten hebben over hun eigen winstkansen en die van hun tegenstanders afneemt. Goede informatie is echter noodzakelijk voor kandidaten om hun strategie te bepalen. Samuels stelt zich bijgevolg de vraag of de bevindingen van Cox en Thies ook standhouden wanneer meer kandidaten met elkaar concurreren zoals het geval is in Brazilië (Samuels, 2001).

Als hypothese stelt de onderzoeker dat wanneer de omvang van een district toeneemt, de motivatie van kandidaten om hun uitgaven te verhogen zal afnemen. Volgens Samuels lijkt het verschil tussen geen, een of twee tegenstanders groter in de ogen van een kandidaat dan het verschil tussen 31, 32 of 33 tegenkandidaten. Om deze reden verwacht hij dat de uitgaven van een kandidaat niet zullen stijgen wanneer de kwantiteit van tegenstanders toeneemt. De kwaliteit van de desbetreffende tegenstanders zal echter ook de strategie van de kandidaat beïnvloeden. Zowel de kwantiteit als de kwaliteit van competitie tussen kandidaten worden getest door Samuels, in navolging van het onderzoek van Cox en Thies. Met betrekking tot de kwantiteit gaat men na in welke mate het aantal kandidaten op de lijst en het totaal aantal kandidaten binnen het district, het uitgavenpatroon van een bepaalde kandidaat beïnvloeden. In contrast met de bevindingen van Cox en Thies constateert Samuels dat er geen verband is tussen deze verklarende variabelen en de uitgaven van kandidaten. De relatie tussen de grootte van een district en de uitgaven van een kandidaat kan wel worden bevestigd. Vervolgens focust men op het eventuele verband tussen de intensiteit van de competitie en de uitgaven van kandidaten. In Brazilië blijkt enkel de mate van competitie tussen kandidaten van eenzelfde partij een invloed uit te oefenen op de hoogte van de uitgaven. In Japan heeft tevens de competitie tussen de partijen onderling een significant effect op het uitgavenpatroon van kandidaten. Men kan concluderen dat er in beide landen verschillende resultaten kunnen worden waargenomen. De grootte van districten en het aantal concurrerende kandidaten binnen een district kan men beschouwen als factoren die niet zonder invloed zijn (Samuels, 2001).

Palda & Palda (1998) tot slot, werken met data van de Franse verkiezingen uit 1993. Het doel van de onderzoekers is een nieuw land toe te voegen aan de lijst van landen die reeds onder de loep werden genomen. Op die manier kan er een bijdrage worden geleverd aan het debat met betrekking tot het al dan niet vaststellen van limieten op campagnefinanciering. Ook in dit onderzoek kiest men voor het stemmenaandeel van een kandidaat als afhankelijke variabele. De verklarende variabelen omvatten naast de uitgaven van de kandidaat en zijn tegenstanders ook de positie van de kandidaat en de bron van zijn financieringsmiddelen. De aandacht gaat vooral uit naar eventuele verschillen tussen "incumbents" en "challengers".

De onderzoekers starten met het in kaart brengen van het effect van uitgaven op het resultaat van "incumbents". Voor elke Frank die een "incumbent" uitgeeft per kiezer zal zijn verkiezingsresultaat gemiddeld verbeteren met ongeveer één percent. Deze uitkomst dient te worden vergeleken met het effect dat de uitgaven van een concurrent hebben op het resultaat van de "incumbent".

De uitgevoerde regressie toont aan dat voor elke Frank gespendeerd per kiezer door een uitdager, het aantal stemmen van de "incumbent" afneemt met 2,13 percent (Palda & Palda, 1998).

Interessant aan het onderzoek van Palda & Palda (1998) is het gegeven dat zij in de regressies rekening houden met de herkomst van de geldmiddelen, die kandidaten spenderen aan hun campagnes. Het is mogelijk een uitspraak te doen over de invloed van geldmiddelen afkomstig uit het eigen vermogen van de kandidaat. Wanneer deze bron van middelen toeneemt met één percent, blijkt dat de "incumbent" 3,53 percent van de stemmen verliest. Kandidaten die hun verkiezingscampagne bijgevolg sterk met eigen vermogen financieren, riskeren te vervreemden van hun kiezers. Een andere bron van middelen is de sponsoring door individuen. Wanneer deze middelen toenemen met één percent, is er wel een positief effect merkbaar wat betreft het aantal stemmen behaald door de kandidaat. In een tweede stap gaan de onderzoekers na hoe het zit met de effectiviteit van het verkiezingsresultaat van "challengers". De constante term in deze tweede regressie is 13,9 percent, waar deze in de regressie voor "incumbents" 47,8 percent bedraagt. Het verschil tussen beide constante termen geeft volgens de onderzoekers een indicatie van de voorsprong die "incumbents" hebben op "challengers". Het verschil van 33,9 percent kan worden gezien als het stemmenaandeel waar "incumbents" mee starten dankzij de aanwezigheid van een toegewijde achterban. Voor Frankrijk is dit percentage betrekkelijk hoog, maar er moet worden opgemerkt dat de constante term mogelijk andere factoren bevat die het verkiezingsresultaat beïnvloeden (Palda & Palda, 1998).

Uitdaggers blijken in tegenstelling tot "incumbents" voordeel te halen uit sponsoring door ondernemingen. Het grootste positief effect op het verkiezingsresultaat is net zoals voor "incumbents" merkbaar wanneer de campagnemiddelen afkomstig van individuen toenemen. Wanneer uitdaggers hun campagne in toenemende mate met eigen middelen financieren, heeft dit volgens de regressie een beperkt negatief gevolg voor het resultaat van de kandidaat. Deze schatting is echter niet significant en kan bijgevolg niet worden vergeleken met de gelijkaardige situatie voor "incumbents" (Palda & Palda, 1998).

Tot slot gebruiken de onderzoekers de twee bovenvermelde regressies om te simuleren wat het effect zou zijn van lagere uitgavelimieten op het aantal stemmen voor "incumbents" enerzijds en voor "challengers" anderzijds. Deze simulatie geeft aan dat een dergelijke verlaging van de limieten "incumbents" ten goede zou komen en in het nadeel zou zijn van hun uitdaggers. Vooral de eerder zwakke uitdaggers halen er het meeste voordeel uit, omdat niet enkel "incumbents" maar ook sterke uitdaggers beperkt worden door de uitgavelimiet (Palda & Palda, 1998).

Men kan besluiten dat de focus van het internationale onderzoek omtrent verkiezingsuitgaven vooral ligt bij de effectiviteit van de uitgaven en meer bepaald bij de verschillen in effectiviteit tussen uitdaggers en kandidaten die verkozen waren gedurende de voorgaande legislatuur. Omwille van die reden zal er in deze masterproef aandacht worden besteed aan de uittredende positie van kandidaten bij de gemeenteraadsverkiezingen van 14 oktober 2012.





## **Hoofdstuk 4. Wettelijk kader**

Alvorens van start te gaan met het beantwoorden van de drie deelvragen, zal het wettelijk kader met betrekking tot de lokale verkiezingscampagnes worden geschetst. Vervolgens wordt meer uitleg gegeven bij de wijze en het verloop van de dataverzameling en het coderen van de verzamelde gegevens.

Het Lokaal en Provinciaal Kiesdecreet van 8 juli 2011 kan worden beschouwd als de handleiding voor eenieder die meer wenst te weten over een van de vele aspecten van de lokale en provinciale verkiezingen in België. Deze masterproef focust echter op de gemeenteraadsverkiezingen en meer bepaald het aspect verkiezingsuitgaven. Bijgevolg gaan we enkel in op de wetsartikelen die betrekking hebben op dit onderwerp. Vanaf artikel 190 van het desbetreffende decreet is informatie over de verkiezingsuitgaven terug te vinden.

### *4.1 Maximumbedragen*

In de eerste plaats geeft het decreet aan hoeveel partijen, lijsten en kandidaten maximaal mogen uitgeven aan verkiezingspropaganda. De toegelaten uitgaven voor partijen met een gemeenschappelijk volgnummer en een beschermde lijstnaam worden in artikel 190 besproken. Deze partijen mogen maximaal 372.000 euro of een verminderd bedrag van 340.000 euro spenderen aan verkiezingspropaganda op gewestelijk vlak. Met betrekking tot de partij-uitgaven bevat deze masterproef echter geen gegevens, wat maakt er enkel wordt ingegaan op de lijstuitgaven en de individuele uitgaven.

De maximumbedragen voor lijsten en kandidaten staan per ingeschreven kiezer opgesomd in artikel 191. Uiterlijk Veertig dagen voor de verkiezingen dient de Vlaamse regering de maximumbedragen mee te delen die in iedere gemeente van toepassing zijn op lijst- en kandidaat niveau. Een kandidaat hoeft dus zelfs niet aan de slag te gaan met de gegevens in artikel 191 om het bedrag te weten te komen dat hij maximaal mag spenderen. Het overzicht van de bedragen die bij de afgelopen gemeenteraadsverkiezingen van kracht waren in Limburg kan worden teruggevonden in bijlage 1. Kandidaten die zowel kandidaat zijn voor de gemeenteraadsverkiezingen als voor de provincieraadsverkiezingen mogen de twee van toepassing zijnde maximumbedragen niet optellen, maar dienen het hoogste van beide bedragen in acht te nemen.

### *4.2 Uitgaven voor verkiezingspropaganda*

In een volgende afdeling maakt het decreet duidelijk wat moet worden verstaan onder uitgaven voor verkiezingspropaganda en wat niet. Artikel 193 geeft de volgende omschrijving aan het begrip:

*“Uitgaven voor verkiezingspropaganda zijn alle uitgaven en financiële verbintenissen voor mondelinge, schriftelijke, auditieve en visuele boodschappen die erop gericht zijn het resultaat van een politieke partij, een lijst en de kandidaten ervan gunstig te beïnvloeden, en worden verricht tijdens een periode van drie maanden voor de verkiezingen van de raden of, in geval van buitengewone verkiezingen, vanaf de dag van de oproeping van de kiezers.”*

Deze definitie kan worden beschouwd als zeer ruim. Belangrijk is de tijdsaanduiding die is opgenomen in bovenstaande definitie. Verkiezingsuitgaven hebben enkel betrekking op uitgaven die plaatsvinden tijdens de zogenaamde sperperiode, die drie maanden voorafgaand aan de verkiezingsdag ingaat. In hetzelfde artikel bespreekt de decreetgever in paragraaf drie enkele categorieën uitgaven die niet worden beschouwd als uitgaven voor verkiezingspropaganda. Vervolgens bevat het decreet tevens een korte lijst propagandamiddelen, die niet zijn toegestaan tijdens de sperperiode of waarvan het gebruik gedurende die tijd aan extra regels is onderworpen. Zo mogen kandidaten, lijsten en partijen tijdens de verkiezingsperiode van drie maanden bijvoorbeeld geen geschenken of gadgets verkopen of verspreiden.

### *4.3 Aangifte en controle van de verkiezingsuitgaven*

De volgende relevante informatie in het Lokaal en Provinciaal kiesdecreet handelt over de aangifte en controle van de verkiezingsuitgaven. Vanaf artikel 199 komen de uitgaven van kandidaten en lijsten aan bod. De aangiften van de verkiezingsuitgaven dienen binnen dertig dagen te worden afgeleverd op de rechtbank van eerste aanleg van het rechtsgebied waarbinnen de desbetreffende gemeente gelegen is. Voor de vierenveertig Limburgse gemeenten komt ofwel de rechtbank van Tongeren ofwel deze van Hasselt in aanmerking. De verantwoordelijkheid voor het afleveren van deze aangiften ligt bij de lijsttrekkers. Deze geven zowel de lijstaangifte als de individuele aangiften af. Concreet moeten er voor elke kandidaat en elke lijst twee standaarddocumenten worden ingevuld en ondertekend. Dit is enerzijds de aangifte van de verkiezingsuitgaven en anderzijds een document dat de herkomst van de geldmiddelen weergeeft. Op dit laatste document gaan we niet verder in, aangezien de materie van de herkomst van de geldmiddelen niet wordt belicht in deze masterproef. Deze standaardformulieren zijn ter beschikking op de website [www.vlaanderenkiest.be](http://www.vlaanderenkiest.be), naast heel wat andere informatie voor zowel kandidaten als kiezers.

Belangrijke onderdelen van artikel 199 zijn de paragrafen drie en vier. Deze bepalen namelijk dat alle aangiften van kandidaten en lijsten gedurende een bepaalde periode ter inzage liggen op de griffie van de rechtbank van eerste aanleg. Vanaf de eenendertigste dag na de verkiezingen is inzage in de aangiften gedurende vijftien dagen mogelijk door al wie dit wenst. Na deze inzageperiode moeten de aangiften nog gedurende vijfenzeventig dagen bewaard blijven op de rechtbank.

### *4.4 Sancties*

Het Lokaal en Provinciaal kiesdecreet voorziet tevens in een aantal sancties die in bepaalde gevallen aan kandidaten en lijstverantwoordelijkheden kunnen worden opgelegd. Voorbeelden van overtredingen zijn:

het niet binnen de dertig dagen indienen van de aangiften en verbintenissen aangaan die de maximumbedragen overschrijden. Deze feiten kunnen strafrechtelijk worden gesanctioneerd met een gevangenisstraf van acht dagen tot één maand, met een geldboete die varieert tussen vijftig en honderdvijftig euro of met beide straffen.

Daarnaast wordt er in iedere provincie een Raad voor Verkiezingsbetwistingen opgericht volgens de bepalingen vanaf artikel 202. Dit is een administratief rechtscollege dat onder meer uitspraak doet over bezwaren op grond van de schending van de regelgeving inzake verkiezingsuitgaven door kandidaten en lijsttrekkers. Enkel personen die zelf kandidaat zijn bij de verkiezingen kunnen een bezwaar indienen bij dit rechtscollege. Bijkomend voorwaarde is dat het bezwaarschrift binnen een termijn van dertig dagen na de verkiezingen moet worden ingesteld om ontvankelijk te zijn. Artikel 205 van het Lokaal en Provinciaal Kiesdecreet stelt dat een verkozen kandidaat of een lijsttrekker die bepaalde wetsbepalingen niet naleeft, kan worden geschorst of definitief van zijn mandaat vervallen kan worden verklaard. Specifiek gaat het enerzijds om de wetsbepalingen die de maximumbedragen en de verboden of gereguleerde propagandamiddelen vastleggen. Anderzijds riskeert een kandidaat bovenvermelde sancties wanneer hij de bepalingen met betrekking tot de aangifte van de verkiezingsuitgaven niet naleeft. Binnen veertig dagen na de indiening van een bezwaar bij de Raad doet deze uitspraak over de zaak. Tegen deze uitspraak kan eventueel beroep worden ingesteld bij de Raad van State.



## Hoofdstuk 5. Hypotheses

In hoofdstuk drie hebben we voor elk van de drie deelvragen de relevante Belgische en internationale literatuur belicht. Na afloop van deze studie van de literatuur is het mogelijk enkele hypothesen voorop te stellen die vervolgens kunnen worden getest aan de hand van de verzamelde data. Aangezien de eerste deelvraag louter beschrijvend van aard is, voeren we voor het beantwoorden ervan geen statistische analyses uit. Hypothesen worden bijgevolg enkel geformuleerd voor deelvragen twee en drie, die steunen op regressieanalyses. Met betrekking tot deelvraag een is het literatuuronderzoek echter ook zeer nuttig gebleken. De onderzoeken van Maddens en zijn collega's, naar aanleiding van de twee voorgaande gemeenteraadsverkiezingen, geven een beeld van ratio's die de moeite waard zijn om te onderzoeken. De deelvraag is daarom opgedeeld in verschillende onderdelen, naargelang een ander aspect van de verkiezingsuitgaven wordt belicht.

Over de determinanten die het investeringsgedrag van kandidaten bepalen, is weinig literatuur voorhanden. Uit het verrichte Belgische onderzoekswerk leiden we enkele hypothesen af. We stellen voorop dat de leeftijd van kandidaten geen invloed uitoefent op hun gespendeerde bedragen. Het geslacht daarentegen wordt verondersteld wel van belang te zijn. We zullen nagaan of de stelling dat vrouwelijke kandidaten minder uitgeven aan hun verkiezingscampagne dan hun mannelijke collega's standhoudt. Ten derde maken we een veronderstelling aangaande het belang van de plaats van kandidaten op een lijst en de invloed hiervan op het uitgavegedrag. Onze hypothese stelt een hogere uitgave voor de lijsttrekker en de lijstduwer voorop, ten opzichte van de andere kandidaten op de lijst. Tot slot gaan we na hoe de politieke ervaring van kandidaten hun investeringsgedrag beïnvloedt. We veronderstellen als startpunt dat het beschikken over een uittredend mandaat wel degelijk een invloed heeft op de afhankelijke variabele uitgavegedrag. Er zal moeten worden onderzocht of deze stelling in het algemeen overeind blijft en indien dit niet zo is, welke mandaten uit de boot vallen.

Naar de effectiviteit van verkiezingscampagnes is op internationaal vlak heel wat meer onderzoek gebeurd in vergelijking met de eerste twee deelvragen. Dit houdt echter niet in dat de gevonden resultaten en conclusies eenduidig zijn. Wat betreft een eerste resultaat zit het gros van de onderzoekers wel op dezelfde lijn. Dat er een verschil is tussen het effect van uitgaven van "challengers" enerzijds en "incumbents" anderzijds wordt niet ontkend. Hoe dit effect op het verkiezingsresultaat er precies uitziet, is afhankelijk van verschillende factoren. Het verschilt onder meer naargelang er al dan niet een maximumbedrag is vastgesteld en naargelang er bijkomend instrumentele variabelen zijn opgenomen in het onderzochte model. Wanneer de toegelaten uitgaven worden beperkt, zoals in België het geval is, blijkt dit vooral voordelig te zijn voor kandidaten met een uittredend mandaat. Bijgevolg kunnen we bij het onderzoek van deelvraag drie deze bevinding als hypothese vooropstellen. Daarnaast veronderstellen we een positief effect van uitgaven in het algemeen op het resultaat van kandidaten. We gaan echter controleren voor tal van andere mogelijk invloedrijke factoren.



## Hoofdstuk 6. Methodologie

### 6.1 Dataverzameling

Zoals vooropgesteld in het onderzoeksplan vormen de uitgaven van de Limburgse kandidaten en lijsten de focus van dit onderzoek. Voor het raadplegen van deze uitgaven wordt er gebruik gemaakt van het inzagerecht in de aangiften op de griffie van de rechtbanken van eerste aanleg. Kandidaten en lijsten binnen de gemeente Limburg dienen zich voor het vervullen van deze plicht tot de rechtbanken van Tongeren en Hasselt te wenden. De inzageperiode ging van start op 13 november 2012 en eindigde op 29 november 2012. Gedurende deze vijftien dagen heb ik twee volledige dagen doorgebracht op de burgerlijke griffie van de rechtbank van eerste aanleg in Hasselt en één en een halve dag in Tongeren. Tijdens één dag heb ik bovendien hulp gehad van een vriendin bij het oplijsten van de uitgaven. Vooraf had mijn promotor de voorzitters van beide rechtbanken via een formele brief op de hoogte gebracht van mijn onderzoek. Dit heeft ervoor gezorgd dat de hoofdgriffiers op beide plaatsen zich zeer flexibel opstelden en ik geen problemen heb ondervonden om de gewenste gegevens te verzamelen. Daarnaast waren de aangiften in beide rechtbanken op overzichtelijke wijze geordend per gemeente en gebundeld per lijst.

Ondanks het feit dat het inleveren van de aangiften wettelijk verplicht is, bleken er hier en daar formulieren van individuele kandidaten en zelfs lijsten te ontbreken. In de Limburgse gemeentes kwamen in het totaal 225 lijsten op. Vijftien van deze lijsten kwamen niet tegemoet aan de verplichting tot aangifte van de verkiezingsuitgaven. Dit maakt dat 6,70 percent van alle lijsten in Limburg geen aangifte hebben gedaan van hun uitgaven. Op kandidaatniveau ligt dit percentage iets hoger. Van de 5.158 Limburgers die zich kandidaat stelden voor de gemeenteraadsverkiezingen dienden 373 individuen geen aangifteformulier in. Dit komt neer op een percentage van 7,23 percent. Voor het verloop van het onderzoek is het noodzakelijk dat we voor elke lijst over zowel de lijstuitgave als alle individuele uitgaven kunnen beschikken. Omwille van die reden worden nog een aantal aangiften buiten beschouwing gelaten. Het volledige gegevensbestand voor de analyses bevat informatie met betrekking tot 4.772 individuele uitgaven en 206 lijstuitgaven.

Deze cijfers hebben betrekking op de verkiezingsuitgaven in drieënveertig Limburgse gemeenten. In Herstappe, de vierënveertigste en tevens kleinste Limburgse gemeente, vonden geen gemeenteraadsverkiezingen plaats op 14 oktober 2012. In deze gemeente stelde slechts één lijst zich verkiesbaar. Dit had tot gevolg dat de inwoners van Herstappe niet naar de stembus dienden te gaan. De lijst bevatte immers zeven kandidaten en vermits er evenveel gemeenteraadsleden gekozen dienden te worden, waren alle zeven kandidaten op de lijst automatisch verkozen.

Voor elke lijst en elke individuele kandidaat werd het totaalbedrag aan uitgaven genoteerd. Alle cijfers werden rechtstreeks ingegeven in een Excelbestand waarover ik kon beschikken dankzij Prof. dr. Ackaert. Dit Excelbestand is opgesteld door het Agentschap Binnenlands Bestuur en bevat onder meer de namen van alle kandidaten bij de gemeenteraadsverkiezingen in heel Vlaanderen. Het bestand rangschikt de Vlaamse gemeenten eerst alfabetisch. Vervolgens staan de lijsten per gemeente gesorteerd op volgnummer.



Daarnaast zijn de namen van de kandidaten beschikbaar naargelang hun plaats op de lijst. In het bestand kan tevens per kandidaat persoonlijke informatie worden teruggevonden, met name leeftijd, geboortedatum, geslacht en beroep. Zeer handig is bovendien het feit dat per kandidaat ook het aantal voorkeursstemmen is opgenomen en de informatie of de kandidaat al dan niet verkozen is. De uitgebreidheid van het bestand maakte het voor mij mogelijk heel wat opzoekwerk te besparen. Het verkleint eveneens de kans op het oplistten van foutieve informatie. Aan het bestand heb ik doorheen de tijd verdere informatie toegevoegd. Dit zal hieronder verder worden uiteengezet bij de bespreking van het coderen van de data.

## *6.2 Data coderen*

Het merendeel van de informatie die werd toegevoegd komt tot uiting in de vorm van gecodeerde variabelen. Hierbij krijgt elke kandidaat een code toegekend afhankelijk van de mate waarin een variabele van toepassing is op de persoon. Dit is nodig om nadien in het statistisch programma SPSS verder te kunnen werken met alle gegevens. Alle informatie, ook deze in woorden, moet worden uitgedrukt in cijfers om er vervolgens regressieanalyses en andere bewerkingen mee te kunnen uitvoeren.

### 6.2.1 Persoonlijke kenmerken

Een eerste variabele die reeds beschikbaar is in het bestand, maar niet in de juiste vorm, is het geslacht van kandidaten. Dit wordt namelijk weergegeven door een letter M of V, afhankelijk van het gegeven of een kandidaat man of vrouw is. Deze variabele hercoderen we door met de cijfers 0 en 1 te werken. We creëren met andere woorden een dummyvariabele die 0 is voor mannelijke kandidaten en 1 voor vrouwelijke kandidaten. Hetzelfde principe is meerdere malen toegepast zoals verder zal blijken.

Naast het geslacht betrekken we nog één ander persoonlijk kenmerk in het onderzoek, namelijk de leeftijd van kandidaten. Deze variabele is reeds beschikbaar in het Excelbestand van het Agentschap Binnenlands Bestuur en dient niet te worden omgezet in een code. Zoals eerder gezegd bevat het bestand tevens voor elke kandidaat zijn of haar beroep. Deze persoonlijke informatie zal echter niet worden gebruikt in het onderzoek. Samengevat beperken de persoonskenmerken in deze studie zich tot het geslacht en de leeftijd van kandidaten.

### 6.2.2 Lijstkenmerken

Een tweede groep variabelen plaatsen we onder de noemer lijstkenmerken. Deze groep bevat drie verschillende variabelen, waaronder twee dummyvariabelen. De opzet is om in het onderzoek na te gaan in welke mate de plaats op de lijst van kandidaten een invloed heeft op enerzijds hun uitgavegedrag en anderzijds hun verkiezingsresultaat. Er worden twee dummy's aangemaakt, één genaamd "lijsttrekker" en de andere genaamd "lijstduwer". Kandidaten die bij de verkiezingen de eerste plaats op de lijst innemen krijgen voor de variabele "lijsttrekker" het cijfer 1 achter hun naam. Al de anderen op de lijst krijgen de code 0 toebedeeld. Zij nemen immers niet de eerste plaats op de lijst in. De werking voor de variabele "lijstduwer" is identiek, met het verschil dat hier de lijstduwers code 1 krijgen.

De overige kandidaten nemen een andere dan de laatste plaats op de lijst in en ontvangen code 0. De laatste variabele tot slot dient om het relatieve belang van een bepaalde plaats op de lijst weer te geven. Deze variabele wordt berekend door eerst het volgnummer van elke kandidaat te delen door het totaal aantal plaatsen op de desbetreffende lijst. Vervolgens hebben we beslist om elke berekende coëfficiënt in mindering te brengen van het cijfer één. Op die manier bekomen we dat de lijsttrekker de hoogste coëfficiënt van de lijst heeft en de coëfficiënten vervolgens stelselmatig afnemen. Dit vergemakkelijkt enerzijds de interpretatie van het belang van de plaats op de lijst en anderzijds is deze tussenstap noodzakelijk voor de berekening van één van de drie uitgaven, die onder titel vijf wordt besproken.

### 6.2.3 Politieke kenmerken

De politieke kenmerken worden ondergebracht in twee variabelen. De verschillende bestuursniveaus komen bij deze indeling aan bod, namelijk: het niveau van de gemeente, de provincie en tot slot het regionaal en federaal niveau. Op gemeentelijk niveau vindt de meeste uitgebreide onderverdeling plaats. We gaan na of een kandidaat tijdens de vorige bestuursperiode, deze van 2006 tot 2012, een politiek mandaat bekleedde op gemeentelijk niveau. Indien dit niet het geval is, krijgt de kandidaat voor deze variabele code 0 achter zijn naam. De zes overige codes staan met de bijbehorende mandaten opgesomd in onderstaande tabel. We maken een onderscheid tussen code 4 en code 5 omwille van het feit dat één derde van de uittredende OCMW-raadsvoorzitters in Limburg enkel dit mandaat uitoefent. De overige OCMW-raadsvoorzitters bekleden tevens een schepenambt. Er kan dus in het onderzoek worden nagegaan of beide groepen voorzitters eventueel verschillen inzake uitgavegedrag en aantal behaalde stemmen. De codes zijn bijgevolg zo opgesteld dat aan geen enkele kandidaat meer dan één code kan worden toegewezen.

<b>CODE</b>	<b>UITTREDEND GEMEENTELIJK MANDAAT</b>
1	Burgemeester
2	Schepen
3	Gemeenteraadslid
4	Voorzitter OCMW-raad
5	Voorzitter OCMW-raad en schepen
6	OCMW-raadslid

**Tabel 2:** Codes uittredende gemeentelijke mandaten

Vervolgens kan worden nagegaan of een persoon die kandidaat is voor de gemeenteraadsverkiezingen tevens opkomt op een lijst voor de provincie. Personen die zich op 14 oktober 2012 enkel kandidaat stelden voor de gemeenteraad worden gegroepeerd onder code 0. De anderen die niet aan dit criterium voldoen en bijgevolg ook op een provincielijst kandideren, hebben code 1.

Tot slot hebben we aandacht besteed aan het gegeven of een kandidaat op het moment van de gemeenteraadsverkiezingen al dan niet een provinciaal, regionaal of federaal politiek mandaat uitoefent. Indien dit voor een kandidaat niet het geval is, krijgt deze vanzelfsprekend code 0. Een persoon die uittredend provincieraadslid is, ontvangt code 1. Uittredende leden van de deputatie worden gekenmerkt door code 2. Code 3 tenslotte is van toepassing op alle kandidaten die een mandaat als parlementslid op regionaal of federaal niveau uitoefenen op het moment van de gemeenteraadsverkiezingen.

#### 6.2.4 Partijkenmerken

Om de invloed van de partijnaam en ideologie na te gaan op het uitgavepatroon en het resultaat van kandidaten, kennen we alle opgekomen lijsten een Limburg een code toe naargelang de partij waarmee ze overeenkomen. Het merendeel van de lijsten komt op onder de naam van één van de traditionele partijen in onderstaande tabel. Er zijn echter ook lijsten die een andere naam dragen, maar op het vlak van ideologie wel overeenkomen met één van de traditionele partijen. Deze lijsten krijgen in het gegevensbestand eveneens de code van de ermee overeenkomende traditionele partij. Deze werkwijze werd reeds eerder toegepast, eveneens in de context van gemeenteraadsverkiezingen (Ackaert, Reynaert, De Ceuninck, Steyvers, & Valcke, 2007). Een overzicht van de lijsten die zich in deze groep bevinden is opgenomen in bijlage twee. Een derde mogelijke categorie lijsten zijn deze die geen traditionele lijstnaam hebben en ook niet kunnen worden gelijkgesteld met één van de traditionele partijen. Alle lijsten die kunnen worden ondergebracht in deze restcategorie krijgen code 0.

<b>CODE</b>	<b>PARTIJ</b>
0	Andere
1	Open VLD
2	N-VA
3	Vlaams Belang
4	Sp.a
5	Groen
6	CD&V

**Tabel 3:** Codes partijen

#### 6.2.5 Uitgaven

Met betrekking tot de verkiezingsuitgaven bevat het databestand heel wat meer dan enkel de absolute individuele - en lijstuitgaven. Ten eerste is het namelijk niet correct de uitgaven van kandidaten uit verschillende gemeenten zomaar met elkaar te vergelijken. Zoals reeds eerder besproken is, verschilt de maximumuitgave voor kandidaten immers van gemeente tot gemeente. In gemeenten met een groot kiezerspubliek mogen kandidaten meer uitgeven dan in gemeenten met een beperkt aantal inwoners.

Omwille van deze reden zal er steeds worden gewerkt met relatieve uitgaven. Alle individuele uitgaven delen we eerst gedeeld door het aantal stemgerechtigde kiezers binnen de desbetreffende gemeente. Bijgevolg bevat het uitgebreide gegevensbestand tevens een kolom die voor elke gemeente het stemgerechtigd kiezerspubliek weergeeft. Afhankelijk van de deelvraag die wordt beantwoord, zal de invulling van het begrip uitgave verschillen.

Bij de eerste deelvraag is het eerst en vooral de bedoeling om de kostprijs van een gemeentelijke kiescampagne te bepalen. Hiervoor vertrekken we van de absolute lijst- en individuele uitgaven, die dankzij het onderzoeken van de aangiften bekend zijn. Daarnaast zal ook worden nagegaan in hoeverre de maximumbedragen benaderd worden. Hiervoor zijn per gemeente de maximumuitgaven op kandidaat- en lijstniveau opgenomen in het gegevensbestand. Verder zullen we de uitgaven tussen lijsten vergelijken. Dit maakt dat het noodzakelijk is te werken met relatieve uitgaven die zijn uitgedrukt in functie van het aantal ingeschreven kiezers.

De tweede deelvraag gaat in op het investeringsgedrag van kandidaten. Bij dit deel van het onderzoek worden de lijstuitgaven eveneens buiten beschouwing gelaten. Als afhankelijke variabele opteren we voor de individuele uitgave, uitgedrukt ten opzichte van het kiezerspubliek. Deze berekening is reeds uitgevoerd voor deelvraag één en zal tevens terugkomen bij deelvraag drie.

In de laatste fase van het onderzoek zal de uitgave van de kandidaten fungeren als onafhankelijke variabele. De keuze is gemaakt om te werken met drie modellen, waarbij aan de uitgavevariabele telkens een andere invulling wordt gegeven. De eerste invulling is dezelfde als deze in de voorgaande deelvragen, namelijk de relatieve individuele uitgaven. Voor de overige twee modellen zal ook de lijstuitgave in de analyse worden betrokken. We gaan na hoe de effectiviteit van een verkiezingscampagne wijzigt wanneer we de lijstuitgave op twee verschillende manieren spreiden over de kandidaten. Bij het tweede model zal de lijstuitgave evenredig worden verdeeld over alle kandidaten op de lijst. Alle kandidaten hebben bijgevolg naast hun individuele uitgave tevens een gelijk aandeel in de lijstuitgave. De som van deze twee componenten wordt analoog aan model één gedeeld door het kiezerspubliek. Deze stap vindt eveneens plaats in het derde model. Daar kiezen we er echter voor om de lijstuitgave te verdelen over de kandidaten aan de hand van hun plaats op de lijst. Dit houdt in dat hoger geplaatsten op de lijst een groter aandeel van de lijstuitgave ontvangen dan kandidaten onderaan de lijst. Hiervoor werken we met de coëfficiënten die werden berekend onder de titel "lijstkenmerken". Bij het lijstaandeel wordt de individuele uitgave opgeteld, waarna deze som gedeeld wordt door het kiezerspubliek.

#### 6.2.6 Verkiezingsresultaat

Het verkiezingsresultaat van een kandidaat tenslotte wordt logischerwijze weergegeven door het aantal behaalde voorkeursstemmen. Ook hier duikt het probleem op dat men het aantal voorkeursstemmen niet zomaar mag vergelijken over de gemeentes heen. In grotere gemeentes gaan er immers meer mensen naar de stembus, wat inhoudt dat er meer stemmen kunnen worden uitgedeeld.

Bijgevolg bekijken we het stemmenaantal van kandidaten net zoals de uitgaven relatief. Hiervoor wordt aan het bestand een kolom toegevoegd die per gemeente het aantal geldig uitgebrachte stemmen oplijst. Het aantal voorkeursstemmen delen we door dit aantal. In de tweede plaats kan het verkiezingsresultaat worden weergegeven door het feit of een kandidaat al dan niet verkozen werd op 14 oktober 2012. Om deze informatie in het onderzoek te betrekken is er een dummyvariabele gecreëerd, waarbij code 0 staat voor kandidaten die niet verkozen zijn en code 1 voor zij die wel verkozen zijn.

## Hoofdstuk 7. De kostprijs van een gemeentelijke kiescampagne

Eens alle gegevens zijn verzameld en gecodeerd kan van start worden gegaan met het eigenlijke onderzoek. De eerste deelvraag heeft als opzet de kostprijs van een gemeentelijke kiescampagne te bepalen. Daarnaast is het de bedoeling na te gaan in hoeverre de uitgaven van kandidaten en lijsten de toegestane maximumbedragen benaderen. Verder zal onder meer een analyse van de uitgaven per partij plaatsvinden.

Eerst en vooral is de grote vraag hoeveel de totale Limburgse verkiezingsuitgaven bedragen. Wanneer we de lijst- en kandidaat uitgaven apart bekijken, blijken de totaalbedragen van beide categorieën opmerkelijk dicht bij elkaar te liggen. De 4.772 onderzochte individuen gaven samen 2.093.538,55 euro uit aan hun individuele verkiezingscampagnes. Het totaalbedrag aan lijstuitgaven ligt slechts zo'n driehonderd euro lager dan dit cijfer. De 206 opgenomen Limburgse lijsten en hun kandidaten hebben samen dus ongeveer 4,2 miljoen euro gespendeerd in de aanloop naar de gemeenteraadsverkiezingen van 14 oktober 2012.

Individuele uitgaven	2.093.538,55 euro
Lijstuitgaven	2.093.224,73 euro
<b>TOTAAL</b>	<b>4.186.763,28 euro</b>

**Tabel 4:** Som van de lijst- en individuele uitgaven

### 7.1 Gemiddelde resultaten

	<b>UITGAVE</b> (in euro)	<b>MAXIMUMBEDRAG</b> (in euro)	<b>VERHOUDING</b>	<b>UITGAVE PER INGESCHREVEN KIEZER</b> (in eurocent)
<b>KANDIDAAT</b>	438,71	1.729,60	25,36%	2,97
<b>LIJST</b>	10.161,29	17.934,68	56,66%	68,77

**Tabel 5:** Gemiddelde cijfers

Vervolgens berekenen we enkele gemiddelde waarden. Een Limburgse kandidaat heeft gemiddeld 438,71 euro uitgegeven aan zijn persoonlijke verkiezingscampagne. Dit bedrag ligt een heel stuk lager dan de gemiddelde individuele maximumuitgave van 1.729,60 euro. Deze cijfers wijzen erop dat kandidaten over het algemeen slechts één vierde van het toegestane bedrag spenderen. Misschien is dit wel een indicatie dat de maximumbedragen op een te hoog niveau zijn vastgesteld. Hiervoor gaan we eerst na hoe het met de lijstuitgaven gesteld is. De gemiddelde uitgave van een lijst in Limburg bedraagt 10.161,29 euro. Wanneer we dit bedrag bekijken ten opzichte van 17.934,68 euro, het gemiddelde maximumbedrag voor een Limburgse lijst, zien we dat de verhouding hier anders ligt dan op kandidaat niveau. Deze berekening geeft een verhoudingspercentage van 56,66%. Op lijstniveau wordt er dus gemiddeld genomen meer besteed, maar ook hier blijft men nog ruim onder de toegelaten uitgavenplafonds.

Tot slot berekenen we nog een laatste algemene waarde, namelijk de uitgave per ingeschreven kiezer. De drieënveertig onderzochte Limburgse gemeenten omvatten samen een kiezerspubliek van 635.355 personen. Iets meer dan 93 percent van al deze stemgerechtigde kiezers is op 14 oktober 2012 daadwerkelijk naar het stemhokje gegaan. Het gemiddeld aantal ingeschreven kiezers per gemeente bedraagt 14.776. Vermits de gemiddelde uitgave van een kandidaat en lijst bekend zijn, is het mogelijk deze uitgaven te delen door het gemiddeld kiezerspubliek in Limburg. De gemiddelde uitgave per ingeschreven kiezer van een individu bedraagt 2,97 eurocent en deze van een lijst 68,77 eurocent.

## 7.2 Benadering van de maximumbedragen

Kandidaten geven gemiddeld genomen slechts 25,36 percent van het toegestane maximumbedrag uit. Voor lijsten ligt dit percentage meer dan dubbel zo hoog, namelijk op 56,66 percent. In het tweede deel van de eerste deelvraag gaan we na hoe de benadering van maximumbedragen op individueel- en lijstniveau mogelijk verschilt tussen de partijen. Daartoe worden eerst per partij de gemiddelde kandidaat- en lijstuitgave en de gemiddelde maximumbedragen berekend.

### 7.2.1 Kandidaat niveau

<b>PARTIJ</b>	<b>GEMIDDELDE UITGAVE (in euro)</b>	<b>GEMIDDELD MAXIMUMBEDRAG (in euro)</b>	<b>VERHOUDING</b>
Open VLD	562,29	1.649,57	34,09%
N-VA	206,94	1.717,95	12,05%
Vlaams Belang	25,72	2.072,23	1,24%
SP.A	455,61	1.492,63	30,52%
Groen	17,13	1.723,30	0,99%
CD&V	797,91	1.653,21	48,26%

**Tabel 6:** Benadering van het maximumbedrag op kandidaat niveau

Voor Groen en Vlaams Belang constateren we zeer lage cijfers. Het gemiddelde maximumbedrag wordt in de verste verte niet benaderd en lijkt dus niet iets te zijn waar beide partijen bewust aandacht aan moeten besteden. De percentages zijn voor deze partijen het kleinst enerzijds omdat de gemiddelde uitgaven het laagst zijn en anderzijds omdat de gemiddelde maximumbedragen hoger zijn dan deze bij de andere partijen. Dit wijst erop dat beide partijen vooral actief zijn in de grotere gemeenten waar hogere maximumbedragen van toepassing zijn. Voor kleinere partijen kan het een strategie zijn om zich te focussen op enkele eerder grotere gemeenten dan minder sterk aanwezig te zijn over de gehele provincie. De mogelijkheid bestaat dat dit de strategie is die Groen en Vlaams Belang nagestreefd hebben, maar het kan eveneens puur toeval zijn. We nemen de proef op de som en gaan na in welke gemeenten beide partijen zijn opgekomen.

Zoals we weten bestaat het totale kiezerspubliek in de drieënveertig onderzochte Limburgse gemeenten uit 635.355 personen. Wanneer we aan de hand van dit cijfer het gemiddelde kiezerspubliek berekenen, levert dit een aantal op van 14.776 personen. Vlaams Belang is bij de gemeenteraadsverkiezingen opgekomen in vijftientig van de drieënveertig gemeenten in Limburg. Het gemiddeld aantal kiezers in deze vijftientig gemeenten bedraagt 19.668. Vermits dit cijfer ruim boven het gemiddelde voor Limburg ligt, wordt de stelling in verband met het hoog gemiddeld maximumbedrag herbevestigd. Ook voor Groen is dit het geval met een gemiddeld aangesproken kiezerspubliek van 19.637 over acht gemeenten. Mogelijk is er dus sprake van een bewuste focus op bepaalde gemeenten.

Een CD&V-kandidaat benadert van alle kandidaten het dichtst het toegelaten uitgavenplafond. Toch komt hij met een percentage van achtenveertig percent nog niet eens aan de helft van wat toegestaan is. Wanneer zelfs de "big spender" onder de partijen niet eens hieraan komt, kunnen we toch wel vaststellen dat de maximumbedragen met een zeer grote marge zijn vastgelegd in het Lokaal en Provinciaal kiesdecreet. De gemiddelde uitgave van een N-VA-kandidaat kan worden beschouwd als beperkt. Deze bevindt zich namelijk meer dan tweehonderd euro onder de gemiddelde uitgave van 438,71 euro. Daarmee onderscheidt N-VA zich op het vlak van de individuele uitgaven van de drie centropartijen CD&V, SP.A en Open VLD. Deze laatste twee partijen zitten beiden aan een verhouding van één derde van het gemiddeld maximumbedrag.

Tot slot kan men zich nog afvragen of er kandidaten zijn die het maximumbedrag binnen hun gemeente hebben overschreden. Deze vraag kan positief worden beantwoord, aangezien van alle kandidaten zestig personen een uitgave hoger dan het maximumbedrag hebben ingevuld in hun aangiften. Van deze zestig kandidaten zijn er echter zeventig die tevens kandidaat waren voor de provincieraadsverkiezingen, waar hogere maxima van toepassing zijn. Voor deze kandidaten hebben we de individuele uitgaven vergeleken met de provinciale maxima. Uit deze analyse kunnen we besluiten dat op één enkele persoon na geen enkele van de kandidaten de maximumbedragen op provinciaal niveau heeft overschreden. Tenslotte merken we op dat tweeëntwintig kandidaten erin geslaagd zijn exact het maximumbedrag te spenderen. De vraag kan worden gesteld in welke mate deze aangiften waarheidsgetrouw zijn ingevuld.



### 7.2.2 Lijstniveau

<b>PARTIJ</b>	<b>GEMIDDELDE UITGAVE (in euro)</b>	<b>GEMIDDELD MAXIMUMBEDRAG (in euro)</b>	<b>VERHOUDING</b>
Open VLD	11.416,21	17.646,15	64,70%
N-VA	9.993,63	17.018,77	58,72%
Vlaams Belang	8.638,51	21.382,06	40,40%
SP.A	8.028,04	14.072,96	57,05%
Groen	3.116,39	21.170,80	14,72%
CD&V	12.341,32	16.294,88	75,74%

**Tabel 7:** Benadering van het maximumbedrag op lijstniveau

In tegenstelling tot de individuele uitgaven valt het op dat op lijstniveau Vlaams Belang niet uit de boot valt ten opzichte van de grotere partijen. Met een gemiddelde lijstuitgave van 8.638,51 euro laat de partij zelfs eenmalig SP.A achter zich. Ten opzichte van het gemiddeld maximumbedrag zijn de rollen echter omgekeerd. Opnieuw vallen de hoge maximumbedragen voor Groen en Vlaams Belang op. De reden hiervoor is dezelfde als deze die van toepassing is op het niveau van de kandidaat hierboven. Wat betreft de algemene tendens is het duidelijk dat er in de campagnes vooral aandacht wordt besteed aan lijstuitgaven. Deze benaderen namelijk veel sterker de gemiddelde maximumbedragen dan dat het geval was bij de individuele uitgaven. Vijf van de zes partijen laten immers een percentage tussen veertig en vijfenzeventig percent optekenen. CD&V en Open VLD bezetten opnieuw plaatsen één en twee, waarna N-VA volgt op een kleine afstand. Tot slot is er onderzocht of bepaalde lijsten het maximumbedrag hebben overschreden. Twee lijsten hebben respectievelijk 107 percent en 114 percent van de toegelaten lijstuitgave binnen hun gemeente gependend.

### 7.3 Analyse per gemeente

Het overzichtsbestand van het Agentschap Binnenlands Bestuur bevat niet enkel het aantal stemgerechtigde kiezers en de opkomst binnen elke gemeente. Er wordt tevens per gemeente weergegeven welke lijst kan worden beschouwd als de sterkste lijst wat betreft het verkiezingsresultaat. Als een aanzet tot deelvraag drie kunnen we nu reeds nagaan hoe het zit met de uitgaven van deze sterkste lijst. Kan er met andere woorden een tendens worden geconstateerd dat de sterkste lijst ook deze is met de hoogste uitgaven? Dit zullen we hier op het eerste zicht nagaan. Hiervoor zullen we de som van de individuele uitgaven en de lijstuitgave in acht nemen.

In drieëndertig van de drieënveertig onderzochte gemeentes is het inderdaad het geval dat de lijst die bij de verkiezingen het sterkst heeft gescoord, achteraf in de aangiften de hoogste totale uitgaven liet optekenen. Acht lijsten zijn erin geslaagd bij de verkiezingen het beste resultaat te behalen met de op een na hoogste uitgave binnen de gemeente. De gemeenten Beringen en Heusden-Zolder zijn de twee uitzonderingen op de veronderstelling. Hier konden de lijsten met de vierde hoogste uitgave de sterkste positie veroveren op de verkiezingsdag.

## 7.4 Analyse per partij

Een ander niveau waarop een analyse van de uitgaven kan plaatsvinden is het partijniveau en dit over de gemeenten heen. De lijsten werden gecodeerd aan de hand van de traditionele partij waarvan ze de naam dragen of waarmee ze qua ideologie overeenkomen. Zo kunnen we de volgende partijen onderscheiden: Open VLD, N-VA, Vlaams Belang, SP.A, Groen en CD&V. We zullen nagaan hoeveel de uitgaven van deze zes traditionele partijen voor de gemeenteraadsverkiezingen in Limburg bedragen. Hierbij maken we telkens een onderscheid tussen de lijst- en de individuele uitgaven. Daarnaast gaan we per partij na hoe het zit met de verhouding tussen deze beide groepen uitgaven. Tot slot bekijken we alle uitgaven relatief, namelijk ten opzichte van het gemiddeld aantal ingeschreven kiezers voor wie elke partij campagne heeft gevoerd.

PARTIJ	# LIJSTEN	# KANDIDATEN	SOM		TOTAAL	% INDIVIDUELE UITGAVEN
			SOM LIJSTUITGAVEN	INDIVIDUELE UITGAVEN		
Open VLD	33	784	376.734,88	440.839,09	<b>817.573,97</b>	53,92
N-VA	39	948	389.751,58	196.181,36	<b>585.932,94</b>	33,48
Vlaams Belang	25	421	215.962,87	10.826,60	<b>226.789,47</b>	4,77
SP.A	28	648	224.785,15	294.782,89	<b>519.568,04</b>	56,74
Groen	8	147	24.931,08	2.517,99	<b>27.449,07</b>	9,17
CD&V	40	984	493.652,93	784.344,18	<b>1.277.997,11</b>	61,37

**Tabel 8:** Analyse van de uitgaven per partij

Lijstnummer één werd bij de afgelopen verkiezingen toegewezen aan Open VLD. In het totaal kwamen er voor deze partij drieëndertig lijsten met 784 kandidaten op in Limburg. Wat betreft de hoogste totale uitgaven neemt deze partij plaats twee in. Ondanks het feit dat N-VA meer lijsten en kandidaten heeft, liggen de totale uitgaven voor N-VA een heel stuk lager dan deze voor Open VLD. NV-A vervolledigt de top drie van de meeste uitgaven na CD&V en Open VLD. CD&V is met enorme voorsprong de aanvoerder van de top zes. Op Open VLD na geven alle andere partijen minder dan de helft uit van het totale prijskaartje van de campagnes van CD&V. NV-A doet het ten opzichte van CD&V met slechts één lijst en zesendertig kandidaten minder. Desondanks is er een verschil in budget tussen beide partijen van ongeveer 690.000 euro. Groen is duidelijk de kleinste partij in Limburg, maar ook veruit de meest zuinige. Vlaams Belang bevindt zich op de op één na laatste plaats met een totaalbedrag aan uitgaven van 226.000 euro.

Vervolgens bekijken we voor onderstaande partijen de verhouding tussen lijstuitgaven en individuele uitgaven. Bij de partijen Open VLD, SP.A, en CD&V ligt de som van de individuele uitgaven hoger dan de totale lijstuitgaven. Voor de drie overige partijen is het tegenovergestelde patroon merkbaar. NV-A laat een 1/2 verhouding optekenen wat betreft individuele uitgaven ten opzichte van lijstuitgaven. Voor Groen en Vlaams Belang, de twee kleinste partijen qua kandidaten, is deze verhouding heel wat extremer. Het totaal van de kandidatenuitgaven bij Groen bedraagt negen percent van de totale lijstuitgaven.

Bij Vlaams Belang geldt voor deze verhouding een percentage van net geen vijf percent. Deze lage verhoudingen tonen aan dat kandidaten zelf bijna niets aan de individuele – en lijstcampagne moeten bijdragen. Dit kan betekenen dat de campagnes bij deze partijen voornamelijk op lijstniveau worden gevoerd.

In de laatste fase van deze analyse per partij relateren we de uitgaven aan het gemiddeld aantal ingeschreven kiezers. Dit gemiddelde verschilt van partij tot partij vermits niet alle partijen in elke Limburgse gemeente zijn opgekomen op 14 oktober 2012. Zo kan in de tabel op de vorige pagina worden afgelezen door hoeveel lijsten elke partij vertegenwoordigd was in Limburg. Open VLD heeft bijvoorbeeld in drieëndertig Limburgse gemeenten een lijst voorgedragen. We hebben het aantal ingeschreven kiezers in deze drieëndertig gemeenten bij elkaar opgeteld en vervolgens het gemiddelde berekend. Zo bekomen we het gemiddeld aantal ingeschreven kiezers voor Open VLD in Limburg. Dezelfde werkwijze is toegepast voor de overige partijen. Op die manier is de noemer van elke bewerking bekend. De teller wordt steeds gevormd door de gemiddelde uitgave per partij, enerzijds op kandidaat niveau en anderzijds op lijstniveau. Deze gemiddelde uitgaven werden reeds besproken onder subtitel 7.2 in de context van de benadering van de maximumbedragen.

<b>PARTIJ</b>	<b>GEMIDDELD # KIEZERS</b>	<b>INDIVIDUELE UITGAVE</b> (in eurocent)	<b>LIJSTUITGAVE</b> (in eurocent)
Open VLD	15.964	3,52	71,51
N-VA	15.342	1,35	65,14
Vlaams Belang	19.668	< 1	43,92
SP.A	12.548	3,63	63,98
Groen	19.637	< 1	15,87
CD&V	14.638	5,45	84,31

**Tabel 9:** Gemiddelde uitgaven per ingeschreven kiezer

De niet-verrassende koploper op beide uitgavniveaus is opnieuw CD&V. In de rangschikking van de relatieve individuele uitgave staat de SP.A-kandidaat net voor zijn liberale collega van Open VLD op plaats twee. N-VA bevindt zich op een afstand van de top drie wat betreft individuele uitgaven, maar op lijstniveau concurreert het wel met CD&V, SP.A en Open VLD. Een gemiddelde Vlaams Belang- en Groen-kandidaat spendeert minder dan één eurocent per ingeschreven kiezer. De focus van de partijen ligt duidelijk op het niveau van de lijst. Opvallend hierbij is dat Vlaams Belang min of meer aansluit bij de partijen die stevast de top vier van de rangschikking bekleden.

### *7.5 Analyse op lijstniveau*

Na een analyse op partijniveau volgt een studie van de uitgaven op lijstniveau. De vraag is welke lijsten in Limburg de duurste campagnes hebben gevoerd per ingeschreven kiezer. Hiervoor stellen we een top tien op die wordt weergegeven in onderstaande tabel.

	<b>LIJST</b>	<b>GEMEENTE</b>	<b>TOTAALUITGAVE</b> (per ingeschreven kiezer, in euro)
1	CD&V	Zutendaal	4,49
2	CD&V	Opglabbeek	4,45
3	CD&V	Hamont-Achel	4,11
4	Sp.a Herk-de-Stad	Herk-de-Stad	3,91
5	CD&V	Riemst	3,80
6	CD&V	Peer	3,77
7	CD&V	Neerpelt	3,76
8	Open VLD	Wellen	3,75
9	CD&V	Overpelt	3,59
10	HE	Hechtel-Eksel	3,43

**Tabel 10:** Top 10 van de lijsten met de duurste campagnes

De top tien wordt overduidelijk gedomineerd door CD&V-lijsten. Deze tendens was reeds te verwachten aan de hand van de partijresultaten in de paragraaf hierboven. Daar stak CD&V ook al met kop en schouders boven de andere partijen uit wat betreft totale uitgaven. Daarnaast valt het op dat er tussen de lijst op plaats één en deze op plaats tien een groot verschil is in uitgaven, namelijk één euro per ingeschreven kiezer. Dit geeft aan dat de lijst op plaats tien relatief gezien één vierde minder spendeert dan de koploper in het overzicht. Met betrekking tot de goedkoopste campagnes kan hetzelfde patroon worden waargenomen, maar een andere partij neemt hier het merendeel van de top tien plaatsen in. Groen neemt plaats twee en de plaatsen vier tot en met zeven in. Vlaams Belang is driemaal vertegenwoordigd in het overzicht van de goedkoopste verkiezingscampagnes. De laagste uitgaven per ingeschreven kiezer variëren van vier tot vijftien eurocent.

### *7.6 Analyse op kandidaat niveau*

De volgende stap in het onderzoek is een analyse van de uitgaven op het niveau van het individu. We hebben reeds de gemiddelde uitgave van een kandidaat berekend. Deze bedraagt 438,71 euro, waar het gemiddelde maximumbedrag heel wat hoger ligt op 1.729,60 euro. Nu zullen we de waargenomen uitgaven onderverdelen in klassen om zo te bepalen wat de meest en minst voorkomende individuele uitgaven zijn. Daarnaast bekijken we de individueel bestede bedragen binnen de traditionele partijen.

Een eerste bewerking die we hebben uitgevoerd is het filteren van de kandidaten die volgens hun aangiften nul euro hebben uitgegeven. Niet minder dan 1794 kandidaten in het gegevensbestand hebben zelf niets aan hun verkiezingscampagne gependeed. Omgerekend in een percentage geeft dit 37,6 percent van alle 4.772 onderzochte individuen. We kunnen vervolgens nagaan hoe deze 1.794 kandidaten verspreid zijn over de traditionele partijen.

<b>PARTIJ</b>	<b># KANDIDATEN MET NULUITGAVE</b>	<b>TOTAAL # KANDIDATEN</b>	<b>%</b>
Open VLD	157	784	<b>20,03</b>
N-VA	441	948	<b>46,52</b>
Vlaams Belang	409	421	<b>97,15</b>
SP.A	222	648	<b>34,26</b>
Groen	131	147	<b>89,12</b>
CD&V	94	984	<b>9,55</b>

**Tabel 11:** Analyse van de nuluitgave bij kandidaten

Eerder in het onderzoek hebben we reeds geconstateerd dat de verhouding tussen de individuele uitgaven en de lijstuitgaven bij Vlaams Belang en Groen zeer laag is. Deze bedraagt slechts vijf tot tien percent bij beide partijen. De individuele uitgaven blijken voor het merendeel van de kandidaten van Groen en Vlaams Belang niet zeer laag, maar zelfs nul te zijn. Vlaams Belang spant hierin de kroon met zevenennegentig percent van de kandidaten op de lijst die geen bijdrage leveren in de kosten van de verkiezingscampagne. Na Groen op de tweede plaats volgt N-VA waar bijna de helft van de opgekomen kandidaten zelf niets spenderen. Het is opnieuw interessant de vergelijking te maken tussen N-VA en CD&V. Beide partijen verschillen slechts weinig in het aantal kandidaten, maar des te meer in het percentage aangiften van nul euro. Van de bijna duizend CD&V-kandidaten zijn er slechts vierennegentig die zelf geen bijdrage leveren aan de eigen verkiezingscampagne of deze van de lijst. Open VLD en SP.A nemen de middenposities in het overzicht in met percentages van twintig en vierendertig percent.

Nu we weten dat bijna achtendertig percent van alle Limburgse kandidaten een uitgave van nul euro hebben ingevuld op hun aangifteformulier, kunnen we nagaan hoe de uitgaven van de overige 2.978 kandidaten eruitzien. Hiervoor maken we een frequentietabel op die per klasse van uitgaven weergeeft hoeveel kandidaten zich binnen de desbetreffende klasse bevinden. We starten met een klassenbreedte van 250 euro die we stapsgewijs verhogen tot 500 euro en uiteindelijk 1.000 euro.

<b>KLASSEN (in euro)</b>	<b># KANDIDATEN</b>	<b>PERCENTUEEL</b>
0	1.794	37,59
0 → 250	809	16,95
250 → 500	716	15,00
500 → 750	452	9,47
750 → 1000	290	6,08
1000 → 1500	433	9,07
1500 → 2000	133	2,79
2000 → 3000	86	1,80
3000 → 4000	34	0,71
> 4000	25	0,52
<b>TOTAAL</b>	<b>4.772</b>	<b>100%</b>

**Tabel 12:** Frequentietabel van de uitgaven

Wanneer we deze frequentietabel bekijken hoeft het niet te verbazen dat de gemiddelde uitgave van een Limburgse kandidaat slechts 438,71 euro bedraagt. Vijfentachtig percent van alle kandidaten geeft immers minder dan 1.000 euro uit aan middelen voor verkiezingspropaganda. Dit betekent dat al deze kandidaten zelfs onder het kleinste toegelaten maximumbedrag van 1.250 euro blijven. Wanneer een zodanige tendens zich laat opmerken kunnen we ons nogmaals afvragen of de individuele maximumbedragen niet op een te hoog niveau worden vastgesteld. Van de kandidaten die een uitgave hebben gedaan is het grootste aantal vertegenwoordigd in de categorieën van nul tot tweehonderdvijftig euro en van tweehonderdvijftig tot vijfhonderd euro. Bij de hogere bedragen blijkt bijna een tiende van alle kandidaten tussen de duizend en vijftienhonderd euro te spenderen aan campagnemateriaal. Vanaf dan worden de waargenomen frequenties echter zeer klein in verhouding tot het totaal aantal kandidaten. Bovendien zijn twee derde van de negenvijftig kandidaten die meer dan 3.000 euro uitgeven, eveneens kandidaat voor de provincieraadsverkiezingen. Voor hen gelden hogere maximumbedragen omdat deze verkiezingen plaatsvinden binnen clusters van gemeentes. Dit maakt dat zij een groter kiezerspubliek moeten kunnen bereiken dan wanneer ze strijden om de stem van kiezers binnen één enkele gemeente.



## **Hoofdstuk 8. Determinanten van het investeringsgedrag**

In de tweede deelvraag gaan we na welke determinanten de hoogte van de financiële middelen bepalen die door kandidaten in campagnes worden geïnvesteerd. Deze vraag zal hoofdzakelijk worden opgelost aan de hand van een regressiemodel in SPSS. Daarbij treedt de persoonlijke uitgave van een kandidaat op als afhankelijke variabele. Deze wordt echter gedeeld door het aantal ingeschreven kiezers omdat het niet correct is de absolute uitgaven van kandidaten over de gemeenten heen met elkaar te vergelijken. De variabelen die de relatieve uitgave van een kandidaat zullen verklaren, zijn enerzijds de persoonlijke en politieke kenmerken van de kandidaat en anderzijds de lijstkenmerken en de partij. Eerst zullen we echter nog enkele berekeningen uitvoeren met betrekking tot de hoogte van de persoonlijke uitgave naargelang een wijziging in de waarden van de verklarende variabelen.

### *8.1 Uitgave naargelang persoonlijke kenmerken*

De persoonlijke kenmerken die voor elke kandidaat in de analyse worden opgenomen zijn het geslacht en de leeftijd. Als eerste bekijken we een eventueel verschil tussen de uitgaven van mannen en vrouwen. Het gegevensbestand waarmee wordt gewerkt bevat een honderdtal meer mannelijke dan vrouwelijke kandidaten. 2.448 personen op de lijsten zijn van het mannelijk geslacht, tegenover 2.324 vrouwelijke kandidaten. De gemiddelde uitgave van een mannelijke kandidaat ligt bijna vijftig euro hoger dan de gemiddelde uitgave van een doorsnee Limburgse kandidaat die eerder werd berekend. Mannen geven gemiddeld genomen 486,06 euro uit ten opzichte van een maximumbedrag van 1.726,65 euro. Deze bedragen geven aan dat een mannelijke kandidaat ongeveer achtentwintig percent van het toegestane bedrag spendeert. Aangezien de algemene gemiddelde uitgave gelijk is aan 438,71 euro zal dit percentage voor vrouwelijke kandidaten lager liggen. De berekeningen leiden tot gemiddelde bedragen van 388,84 euro voor de uitgave door vrouwen en 1.732,70 euro voor het maximumbedrag. Dit leidt tot een bestedingspercentage van 22,44 percent. Samengevat kan worden besloten dat er een verschil van zes percent is in het bestedingspatroon van mannelijke en vrouwelijke kandidaten. Mannen geven dus iets meer uit aan hun verkiezingscampagne dan hun vrouwelijke collega's. Of deze hogere uitgave ook resulteert in een beter verkiezingsresultaat moet later blijken.

Vervolgens kunnen we nagaan of er een verschil is tussen mannen en vrouwen in de hoogte van hun uitgaven. Over het algemeen blijken 37,6 percent van alle kandidaten een uitgave van nul euro in te vullen op hun aangiften. Wanneer we de opsplitsing maken tussen mannen en vrouwen, kan worden geconstateerd dat dit percentage voor vrouwen iets hoger ligt, namelijk op 40,36 percent. Dit geeft aan dat de verhouding voor mannen lager zal liggen dan het gemiddelde. Zo'n vijfendertig percent van de mannelijke kandidaten rapporteert een nul uitgave op zijn aangifteformulier. Omdat de uitgaven van vrouwen en mannen niet al te veel verschillen zullen we niet alle klassen van uitgaven overlopen zoals we dit reeds voor alle kandidaten in het algemeen zijn nagegaan. We bekijken enkel hoe het zit met de verdeling tussen mannen en vrouwen voor de uitgaven hoger dan 1.500 euro. Eerder hebben we reeds berekend dat 278 van de 4.772 Limburgse kandidaten een uitgave boven 1.500 euro aangeven.



Van deze 278 kandidaten behoort 58,63 percent tot het mannelijk geslacht, tegenover 41,36 percent kandidaten van het vrouwelijk geslacht. We kunnen er bijgevolg vanuit gaan dat de hogere uitgavenklassen lichtjes worden gedomineerd door het mannelijk geslacht. Verdere analyses met betrekking tot het geslacht en de leeftijd van kandidaten worden ondernomen in SPSS.

## *8.2 Uitgave naargelang politieke kenmerken*

Bij deze groep kenmerken gaan we uit van de veronderstelling dat de politieke activiteiten van een kandidaat op het gemeentelijk of enig ander bestuursniveau hem naambekendheid opleveren. We nemen echter niet de volledige politieke ervaring van een kandidaat in overweging. Er wordt enkel rekening gehouden met een of meerdere politieke mandaten die de persoon uitoefende op het moment van de verkiezingen of tijdens de afgelopen bestuursperiode.

### 8.2.1 Gemeentelijk niveau

De manier waarop de onderverdeling op gemeentelijk niveau heeft plaatsgevonden is reeds aan bod gekomen. In dit onderdeel gaan we na hoe de uitgaven voor de verschillende uittredende politieke mandatarissen op gemeenteniveau zich tot elkaar verhouden. Het gegevensbestand bevat veertig kandidaten die tijdens de legislatuur 2006-2012 het mandaat van burgemeester uitoefenden. Allen kregen ze op 14 oktober 2012 voldoende stemmen om opnieuw verkozen te zijn. De individuele uitgaven van deze uittredende burgemeesters liggen een heel stuk hoger dan deze van een gemiddelde Limburgse kandidaat. Ze geven over het algemeen 2.038,07 euro uit aan hun kiescampagne. Er moet wel worden opgemerkt dat zestien onder hen tevens kandidaat zijn bij de provincieraadsverkiezingen, waar hogere maximumbedragen gelden. Wanneer we hun uitgave per ingeschreven kiezer bekijken, zien we dat burgemeesters ongeveer 13,79 eurocent spenderen per kiezer. Net zoals hun gemiddelde absolute uitgave ligt dus ook hun uitgave per ingeschreven kiezer meer dan viermaal hoger dan deze van een doorsnee kandidaat.

Wat betreft politiek gewicht bevinden de schepenen zich binnen een gemeente een trapje lager dan de burgemeester. Er moet echter een onderscheid worden gemaakt tussen schepenen die enkel het schepenambt bekleden en zij die tevens de functie van voorzitter van de OCMW-raad uitoefenen. Eerst zullen we de gemiddeldes berekenen voor de eerste categorie van personen om erna de vergelijking te maken met de tweede soort. De uitgaven van 196 uittredende schepenen leiden samen tot een gemiddelde uitgave van 1.145,12 euro. Er is niet alleen een duidelijk verschil met de uittredende burgemeesters merkbaar, maar ook met de uitgave van een doorsnee kandidaat. De gemiddelde maximumuitgave waarmee een schepen geconfronteerd wordt, bedraagt 1.657,93 euro. De vergelijking van beide uitkomsten laat ons toe te concluderen dat schepenen net geen zeventig percent van het maximumbedrag spenderen. Vierentwintig kandidaten in het bestand hebben tijdens de bestuursperiode 2006-2012 de mandaten van schepenen en voorzitter van de OCMW-raad gecombineerd. Deze personen gaven in de aanloop naar de verkiezingen gemiddeld genomen 947,82 euro uit vergeleken met een maximum van 1.379,18 euro. Dit geeft een bestedingspercentage van 68,72 percent. Het verschil in uitgaven tussen schepenen en zij die zowel schepenen als voorzitter van de OCMW-raad zijn, is bijgevolg verwaarloosbaar klein.

Vervolgens kunnen we nagaan of dit ook het geval is wanneer we deze laatste groep kandidaten vergelijken met de kandidaten die enkel een mandaat als voorzitter van de OCMW-raad uitoefenden. Het bestand bevat slechts tien uittredende raadsvoorzitters, wat erop wijst dat deze functie over het algemeen wordt toegewezen aan een van de schepenen. De tien voorzitters geven gemiddeld 1.199,66 euro uit, wat overeenkomt met 59 percent van het gemiddeld maximum voor deze groep. Samenvattend kunnen we besluiten dat in verhouding tot het maximumbedrag de rangschikking van de uitgaven wordt aangevoerd door de kandidaten die enkel schepen waren tijdens de vorige legislatuur. Op de tweede plaats en korte afstand volgen degenen die het mandaat van schepen en OCMW-raadsvoorzitter combineerden. Nog tien percent verder vinden we de voorzitters van de OCMW-raad terug.

Het voorlaatste gemeentelijk mandaat dat we bespreken is dit van gemeenteraadslid. 549 kandidaten in de lijst hebben dit mandaat tijdens de afgelopen legislatuur bekleed. Door hen wordt gemiddeld 772,78 euro gespendeerd aan een persoonlijke verkiezingscampagne. Het maximumbedrag waarmee deze kandidaten rekening dienen te houden bedraagt 1.697,12 euro. Uittredende gemeenteraadsliden besteden bijgevolg gemiddeld 45,53 percent van het toegelaten maximum. De uittredende OCMW-raadsleden tot slot geven gemiddeld genomen 515,46 euro uit. De vergelijking met het maximumbedrag van 1.618,84 euro leidt tot een relatieve uitgave van 31,84 percent. In het algemeen kunnen we concluderen dat naargelang het politiek belang van het gemeentelijk mandaat toeneemt, ook de bijbehorende verkiezingsuitgaven stijgen. Van alle mandatarissen op het gemeentelijk niveau besteden uittredende OCMW-raadsleden immers het minst aan campagnemateriaal en burgemeesters het meest.

Tot slot gaan we nog na hoeveel de gemiddelde uitgave bedraagt voor de restcategorie, namelijk deze kandidaten die tijdens de afgelopen bestuursperiode geen mandaat op gemeenteniveau bekleedden. Het gemiddelde bedrag voor deze groep kandidaten kan worden vastgesteld op 325,14 euro. Hiermee besteden deze personen slechts 18,60 percent van het toegelaten bedrag.

### 8.2.2 Provinciaal niveau

Op het niveau van de provincie onderscheiden we twee ambten: het provincieraadslid en het lid van de deputatie. We gaan na of er op dit bestuursniveau eveneens een verschil in uitgaven tussen de verschillende mandaten kan worden gedetecteerd. De zesenzeftig leden van de provincieraad die in het bestand zijn opgenomen vulden op hun aangiften een gemiddelde uitgave van 1.435,11 euro in. Het maximumbedrag dat over het algemeen op hen van toepassing is, ligt op 1.830,09 euro. Uittredende provincieraadsleden besteden bijgevolg meer dan 78 percent van het toegestane bedrag. Dit bestedingspercentage ligt nog hoger dan dit van uittredende schepenen. Zesentwintig van de zesenzeftig uittredende provincieraadsleden waagden in oktober echter opnieuw hun kans om verkozen te worden op het provinciaal niveau. Het is dus niet helemaal correct de vergelijking te maken met de maximumbedragen die van toepassing zijn voor de gemeenteraadsverkiezingen. Deze kandidaten overschrijden immers vaak de maxima die gelden op gemeenteniveau. Een uittredend lid van de deputatie geeft gemiddeld genomen een uitgave van 3.888,57 euro aan.

### 8.2.3 regionaal en federaal niveau

Het regionaal en federaal niveau nemen we samen in de analyse, aangezien de bekendheid van politici op deze beide niveaus volgens ons evenwaardig is. De Limburgse kandidaten die in het Vlaams of federaal parlement zetelen, worden beschouwd als actief op het regionaal of federaal niveau. We maken geen onderscheid tussen gewone leden van het parlement, ministers en staatssecretarissen. De gemiddelde uitgave van parlementsleden bij de gemeenteraadsverkiezingen bedraagt 2.217,79 euro.

### *8.3 Uitgave naargelang lijstkenmerken*

Aan de hand van de lijstkenmerken is het de bedoeling om na te gaan in hoeverre de plaats van een kandidaat op de lijst een rol speelt in het uitgavegedrag van deze persoon. Voor de lijsttrekker is het gemiddelde maximumbedrag gelijk aan 1.605,36 euro. De 206 Limburgse lijsttrekkers geven gemiddeld 1.041,86 euro uit. Hun bestedingspercentage bedraagt met andere woorden 64,90 percent. De kandidaten op de laatste plaats van de lijst spenderen over het algemeen 40,05 percent van het toegelaten maximumbedrag. Er kan worden geconcludeerd dat er tussen de lijsttrekker en lijstduwer toch een kloof gaapt wat betreft individuele uitgaven.

### *8.4 Regressieanalyse*

Nadat er berekeningen zijn uitgevoerd met betrekking tot de verschillende soorten verklarende variabelen, kunnen we van start gaan met de bespreking van de resultaten die de eerste meervoudige regressie oplevert. De te verklaren variabele is de individuele uitgave gedeeld door het aantal ingeschreven kiezers. Omdat we de onafhankelijke variabelen in groepen hebben ondergebracht naargelang het soort kenmerk waartoe ze behoren, geven we de voorkeur aan een meervoudige regressie in blokken. Hierbij is het principe dat stapsgewijs nieuwe variabelen aan het model worden toegevoegd, zodat het model steeds uitgebreider wordt. Deze werkwijze zal ook bij de regressiemodellen onder deelvraag drie worden toegepast. We starten steeds met de persoonlijke kenmerken van de kandidaten. Vervolgens voegen we hieraan de drie variabelen toe die tot de lijstkenmerken behoren. Daarna worden de verschillende traditionele partijen opgenomen om tot slot de politieke kenmerken erbij te voegen. In onderstaande samenvattende tabel zijn de vermelde stappen duidelijk weergegeven. Deze tabel is opgemaakt aan de hand van de outputtabellen die SPSS genereert bij het uitvoeren van een regressie en bevat de nodige informatie voor het bespreken van de resultaten.

	<b>MODEL 1</b>		<b>MODEL 2</b>		<b>MODEL 3</b>		<b>MODEL 4</b>	
	Adj. R <sup>2</sup> = 0,006		Adj. R <sup>2</sup> = 0,064		Adj. R <sup>2</sup> = 0,206		Adj. R <sup>2</sup> = 0,310	
	<b>Niet-gestand. coëfficiënt</b>	<b>Standaard- afwijking</b>	<b>Niet-gestand. coëfficiënt</b>	<b>Standaard- afwijking</b>	<b>Niet-gestand. coëfficiënt</b>	<b>Standaard- afwijking</b>	<b>Niet-gestand. coëfficiënt</b>	<b>Standaard- afwijking</b>
<b>Constance</b>	0,036*	0,003	0,026*	0,003	0,015*	0,003	0,021*	0,003
<b>Leeftijd</b>	-4,413E-005	0,000	-7,643E-005	0,000	-7,085E-006	0,000	0,000*	0,000
<b>Geslacht</b>	-0,008*	0,001	-0,004*	0,001	-0,003*	0,001	-0,003**	0,001
<b>Lijsttrekker</b>			0,043*	0,003	0,045*	0,003	0,010*	0,003
<b>Lijstduwer</b>			0,029*	0,004	0,030*	0,003	0,013*	0,003
<b>Plaats op de lijst</b>			0,013*	0,003	0,013*	0,002	0,007*	0,002
<b>Open VLD</b>					0,019*	0,002	0,017*	0,002
<b>N-VA</b>					-0,006*	0,002	-0,002	0,002
<b>Vlaams Belang</b>					-0,022*	0,002	-0,019*	0,002
<b>SP.A</b>					0,010*	0,002	0,008*	0,002
<b>Groen</b>					-0,022*	0,004	-0,017*	0,003
<b>CD&amp;V</b>					0,033*	0,002	0,027*	0,002
<b>Burgemeester</b>							0,089*	0,007
<b>Schepen</b>							0,040*	0,003
<b>Gemeenteraadslid</b>							0,018*	0,002
<b>OCMW-voorzitter</b>							0,015**	0,007
<b>OCMW-raadslid</b>							0,009*	0,003
<b>Provincieraadslid</b>							0,050*	0,006
<b>Deputatie</b>							0,216*	0,017
<b>Parlementslid</b>							0,065*	0,008

\*p < 0,01 - \*\*p < 0,05

**Tabel 13:** Determinanten van de relatieve uitgave van een kandidaat

De vier modellen zijn allen significant in hun geheel wat maakt dat een verdere toelichting van de resultaten nuttig is. Vooreerst onderzoeken we de "Adjusted R Square" van elk model. Deze maatstaf geeft weer hoeveel percent van de variabiliteit in de afhankelijke variabele, uitgave per ingeschreven kiezer, verklaard wordt door de onafhankelijke variabelen. Bij een enkelvoudige regressie volstaat het om de "R square" te bespreken, maar bij een meervoudige regressie is dit niet helemaal correct. De "R Square" zal namelijk steeds toenemen wanneer er een extra variabele aan het model wordt toegevoegd, ongeacht of deze variabele het model beter verklaart of niet. De "Adjusted R Square" zal daarentegen niet steeds toenemen wanneer een nieuwe onafhankelijke variabele aan het model wordt toegevoegd. Deze zal enkel verhogen wanneer de bijkomende variabele daadwerkelijk voor een verbetering van het regressiemodel zorgt. Om deze reden onderzoeken we bijgevolg steeds de "Adjusted R Square" en niet de "R Square".

De eerste twee modellen hebben een zeer lage "Adjusted R Square". Dit duidt erop dat slechts een zeer klein aandeel van de variabiliteit in de uitgave per ingeschreven kiezer wordt verklaard door de persoonlijke kenmerken van de kandidaten. Ook de toevoeging van de lijstkenmerken leidt nog niet tot veel beterschap. Wanneer de partijen worden opgenomen in het derde model, merken we dat de "Adjusted R Square" sterk toeneemt tot 0,206. In dit model wordt bijgevolg zo'n twintig percent van de variabiliteit in de afhankelijke variabele verklaard door de tot dan toe opgenomen onafhankelijke variabelen. Het beste model van de vier onderstaande is echter het laatste model met een waarde van 0,310 voor de "Adjusted R Square".

In een tweede fase gaan we voor elk van de modellen na of de coëfficiënten significant zijn en welke betekenis we aan de coëfficiënten kunnen verbinden. Belangrijk om vooraf te vermelden is dat bij de bespreking van het effect van een van de variabelen in het model, de andere onafhankelijke variabelen constant blijven. Met betrekking tot het eerste model valt het op dat de variabele "Leeftijd" niet significant is. De coëfficiënt die daarentegen hoort bij het geslacht van de kandidaten is significant op het één percent niveau. Deze heeft bovendien een negatief teken. Aangezien "Geslacht" een dummy variabele is dienen we de bijbehorende coëfficiënt te interpreteren ten opzichte van een referentiegroep. Aangezien alle mannelijke kandidaten code 0 hebben gekregen en alle vrouwen code 1, kunnen de mannen worden beschouwd als de referentiegroep. Een waarde van -0,008 geeft aan dat vrouwen ten opzichte van hun mannelijke collega's 0,008 euro of 0,8 eurocent minder uitgeven per ingeschreven kiezer. In het tweede model worden de lijstkenmerken als verklarende variabelen toegevoegd aan de persoonlijke kenmerken. Opnieuw blijkt de leeftijd van kandidaten geen significante invloed uit te oefenen op het uitgavegedrag. De overige opgenomen variabelen zijn allen scherp significant. Geslacht heeft eveneens als in het eerste model een negatief teken, maar de coëfficiënt is wel minder negatief geworden. De variabele die de invloed van het volgnummer van kandidaten nagaat is positief. Dit wijst erop dat hoe hoger de plaats van kandidaten op de lijst, des te meer ze aan hun verkiezingscampagne spenderen. Vervolgens gaan we dieper in op het investeringsgedrag van de eerste en de laatste kandidaat op de lijst. Deze kandidaten geven volgens het model meer uit per ingeschreven kiezer dan alle andere kandidaten op de lijst. Het kenmerk "Lijsttrekker" zorgt voor een toename in de uitgaven van de kandidaat van 0,043 euro per ingeschreven kiezer. Voor het kenmerk "Lijstduwer" ligt de coëfficiënt wat lager op 0,029.

De tendens met betrekking tot de persoonlijke - en lijstkenmerken van model twee zet zich verder in het derde model. Daarom richten we hier de aandacht op de invloed van het partijenmerk op het uitgavegedrag van kandidaten. De coëfficiënten zijn voor alle partijen significant. De referentiegroep waarmee moet worden vergeleken zijn alle kandidaten die niet tot een van de opgenomen partijen behoren. Dit zijn voornamelijk kandidaten van lijsten die specifiek binnen een gemeente zijn opgericht. Kandidaten die behoren tot een van de volgende drie partijen geven minder uit dan de referentiegroep, namelijk: N-VA, Vlaams Belang en Groen. Voor Groen en Vlaams Belang gaat het om een verschil in uitgave van 2,2 eurocent per ingeschreven kiezer, terwijl het effect voor N-VA veel beperkter is. Kandidaten van CD&V geven in verhouding het meest uit ten opzichte van de kandidaten die tot geen van de partijen in de tabel behoren.

Het vierde model tenslotte verklaart de meeste variabiliteit in de afhankelijke variabele. Het valt op dat de variabele "Leeftijd" in dit model wel een significante invloed blijkt uit te oefenen op de uitgaven van kandidaten. De niet-gestandaardiseerde coëfficiënt die bij de leeftijd hoort is echter 0, wat ons nog niet veel verder brengt dan de eerdere modellen. We focussen hier op de politieke mandaten van kandidaten en de invloed ervan op de kostprijs van hun verkiezingscampagne. De grootste coëfficiënt hoort bij de leden van de deputatie. Deze geven volgens het model ongeveer 21 eurocent per ingeschreven kiezer meer uit dan alle kandidaten die geen mandaat op provinciaal, regionaal of federaal niveau uitoefenden tijdens de bestuursperiode 2006-2012. Voor parlementsleden en provincieraadsleden bedragen de meeruitgaven ten opzichte van de referentiegroep respectievelijk 6,5 en 5 eurocent. Op gemeentelijk niveau geven de uittredende burgemeesters het meest uit ten opzichte van de kandidaten die geen mandaat op gemeentelijk niveau uitoefenden tijdens de afgelopen legislatuur. Het gaat hier om een meeruitgave van ongeveer negen eurocent per ingeschreven kiezer. De coëfficiënten voor de overige gemeentelijke mandaten nemen af naarmate het belang van het uitgeoefend mandaat afneemt.



## **Hoofdstuk 9. De effectiviteit van gemeentelijke kiescampagnes**

Het laatste deel van het onderzoek is erop gericht een antwoord te vinden op vraag wat de impact van verkiezingsuitgaven is op de behaalde resultaten van kandidaten. Nadat deze derde deelvraag aan de hand van een statistische analyse in SPSS beantwoord is, zal het mogelijk zijn een uitspraak te doen over de effectiviteit van lokale kiescampagnes. Alle onafhankelijke variabelen die in het regressiemodel onder deelvraag twee werden opgenomen, maken tevens deel uit van de modellen die in deze laatste deelvraag aan bod komen. Er wordt echter één onafhankelijke variabele toegevoegd en de afhankelijke variabele wijzigt ten opzichte van de tweede deelvraag. Aangezien het verband tussen de uitgaven van kandidaten en hun verkiezingsresultaat zal worden nagegaan, zullen we het aantal voorkeursstemmen van een kandidaat gebruiken als te verklaren variabele. Dit aantal wordt echter eerst gedeeld door het aantal geldig uitgebrachte stemmen binnen de gemeente, zodat de vergelijking tussen kandidaten uit verschillende gemeenten correct verloopt. De extra verklarende variabele in het model heeft uiteraard betrekking op de verkiezingsuitgaven van kandidaten. In het eerste model bekijken we de individuele uitgave per ingeschreven kiezer. De twee modellen die daarna volgen, nemen ook de lijstuitgaven in rekening. Hiervoor hebben we deze lijstuitgave op twee manieren gespreid over de kandidaten op de lijst. Tot slot wordt geëxperimenteerd met een andere afhankelijke variabele, namelijk een dummyvariabele die de kandidaten opdeelt naargelang ze bij de verkiezingen al dan niet verkozen werden.

### *9.1 Individuele uitgave*

De verschillende groepen verklarende variabelen worden opnieuw in stappen toegevoegd. We gaan van start met de persoonlijke kenmerken, waarna de lijstkenmerken en de partijen worden toegevoegd. Vervolgens nemen we de uittredende politieke mandaten op en tot slot de uitgavecomponent. Bij deze eerste regressie onder deelvraag drie is de uitgavecomponent "Uitgave 1". Deze staat voor de relatieve individuele uitgave van kandidaten. De resultaten van de vermelde stappen zijn weergegeven in de tabel op de volgende pagina.



	MODEL 1		MODEL 2		MODEL 3		MODEL 4		MODEL 5	
	Adj. R <sup>2</sup> = 0,013		Adj. R <sup>2</sup> = 0,176		Adj. R <sup>2</sup> = 0,309		Adj. R <sup>2</sup> = 0,485		Adj. R <sup>2</sup> = 0,585	
	Niet-gest. coëfficiënt	Stand.- afwijking	Niet-gest. coëfficiënt	Stand.- afwijking	Niet-gest. coëfficiënt	Stand.- afwijking	Niet-gest. coëfficiënt	Stand.- afwijking	Niet-gest. coëfficiënt	Stand.- afwijking
<b>Constance</b>	0,033*	0,002	0,022*	0,002	0,016*	0,002	0,021*	0,002	0,015*	0,002
<b>Leeftijd</b>	-7,734E-005**	0,000	5,073E-005	0,000	0,000*	0,000	-5,740E-005**	0,000	-1,560E-005	0,000
<b>Geslacht</b>	-0,007*	0,001	-0,003*	0,001	-0,002*	0,001	-0,001	0,001	-0,001	0,001
<b>Lijsttrekker</b>			0,060*	0,002	0,061*	0,002	0,025*	0,002	0,022*	0,002
<b>Lijstduwer</b>			0,023*	0,002	0,024*	0,002	0,008*	0,002	0,004**	0,002
<b>Plaats op de lijst</b>			0,013*	0,002	0,013*	0,002	0,006*	0,001	0,004*	0,001
<b>Open VLD</b>					0,005*	0,001	0,004*	0,001	-0,001	0,001
<b>N-VA</b>					0,001	0,001	0,006*	0,001	0,006*	0,001
<b>Vlaams Belang</b>					-0,022*	0,002	-0,018*	0,001	-0,013*	0,001
<b>SP.A</b>					0,008	0,001	0,006*	0,001	0,004*	0,001
<b>Groen</b>					-0,020*	0,003	-0,014*	0,002	-0,010*	0,002
<b>CD&amp;V</b>					0,023*	0,001	0,016*	0,001	0,008*	0,001
<b>Burgemeester</b>							0,122*	0,004	0,098*	0,004
<b>Schepen</b>							0,046*	0,002	0,035*	0,002
<b>Gemeenteraadslid</b>							0,021*	0,001	0,016*	0,001
<b>OCMW-voorzitter</b>							0,017*	0,004	0,013*	0,004
<b>OCMW-raadslid</b>							0,012*	0,002	0,009*	0,002
<b>Provincieraadslid</b>							0,019*	0,004	0,005	0,003
<b>Deputatie</b>							0,012	0,011	-0,049*	0,010
<b>Parlementslid</b>							0,044*	0,005	0,026*	0,004
<b>Uitgave 1</b>									0,280*	0,008

\*p < 0,01 - \*\*p < 0,05

**Tabel 14:** Determinanten van het relatief aantal voorkeursstemmen van een kandidaat (MODEL A)

Vooraleer we de coëfficiënten nader bekijken, gaan we eerst na hoe de "Adjusted R Square" zich voor elk van de vijf modellen verhoudt. Naarmate er meer variabelen aan het model worden toegevoegd, verloopt de "Adjusted R Square" in stijgende lijn. Het eerste model is van weinig belang aangezien slechts 1,3 percent van de variatie in de afhankelijke variabele wordt verklaard door de factoren geslacht en leeftijd. Het toevoegen van de politieke kenmerken in stap vier levert de grootste stijging op in de "Adjusted R Square". Van stap drie naar stap vier neemt de "Adjusted R Square" namelijk toe met meer dan zeventien percent. We kunnen besluiten dat model vier en model vijf het meest degelijk zijn. In het vierde model komt de "Adjusted R Square" in de buurt van een waarde van vijftig percent, waarna de maatstaf dit percentage in het laatste model zelfs overstijgt. Wat betreft model vijf wordt immers bijna zestig percent van de variatie in het relatieve aantal voorkeursstemmen verklaard door alle opgenomen onafhankelijke variabelen.

Wanneer enkel het verband tussen de persoonlijke variabelen en het verkiezingsresultaat wordt nagegaan blijkt dat er slechts weinig verklarende kracht uitgaat van deze variabelen alleen. De coëfficiënten van leeftijd en geslacht in model één zijn significant, maar deze van leeftijd is zo klein dat het onmogelijk is er een interpretatie aan te verbinden. Voor geslacht is er net zoals bij deelvraag twee een negatief teken, wat erop wijst dat vrouwen iets minder goed scoren dan mannen wat betreft aantal behaalde voorkeursstemmen.

Na toevoeging van de lijstkenmerken in de tweede fase, valt het op dat de variabele "Leeftijd" niet meer significant is. De overige variabelen zijn dit wel en zijn dus voor interpretatie vatbaar. Voor "Geslacht" wijzen we opnieuw op het negatieve teken voor de coëfficiënt. Verder kan een positief effect worden opgemerkt voor elk van de drie lijstkenmerken. Dit wijst erop dat het voor kandidaten voordelig is een zo hoog mogelijke plaats op de lijst te bekleden. Daarnaast blijken zowel lijsttrekkers als lijstduwers een beter verkiezingsresultaat te behalen in vergelijking met de kandidaten op de overige plaatsen op de lijst.

In het derde model wordt ook het partij-effect in kaart gebracht. Opvallend hierbij is dat de variabele van de partij N-VA niet significant is. Net zoals bij de overige dummyvariabelen zullen ook hier de coëfficiënten bij de partijnamen ten opzichte van een referentiegroep worden geïnterpreteerd. Deze referentiegroep bevat nog steeds alle kandidaten die niet op een lijst van een van de traditionele partijen zijn opgekomen. De coëfficiënten bij Groen en Vlaams Belang hebben een negatief teken. Kandidaten die bij Vlaams Belang op de lijst stonden, haalden gemiddeld genomen iets minder voorkeursstemmen per ingeschreven kiezer, dan kandidaten uit de referentiegroep. Hetzelfde effect is van toepassing op de kandidaten van Groen. Voor CD&V is net het omgekeerde effect merkbaar. Ook voor Open VLD en SP.A constateren we een licht positief effect ten opzichte van de referentiegroep. De coëfficiënten bij de lijstkenmerken verschillen nauwelijks van deze in het tweede model. De variabele "Leeftijd" blijkt daarenboven terug significant te zijn geworden.

Het vierde model is de moeite waard grondig te bekijken aangezien door toevoeging van de politieke kenmerken de grootste stijging in de "Adjusted R Square" kan worden waargenomen.

Twee variabelen blijken niet significant te zijn in het vierde model, namelijk het geslacht van kandidaten en de dummyvariabele die nagaat of een kandidaat al dan niet lid was van de deputatie tijdens de afgelopen legislatuur. De coëfficiënt die bij de partijvariabele N-VA hoort, blijkt in tegenstelling tot in model drie nu wel van betekenis te zijn. Deel uitmaken van N-VA levert een kandidaat relatief gezien meer voorkeursstemmen op dan wanneer een hij niet zou behoren tot een van de traditionele partijen. Veruit de grootste coëfficiënt is deze die bij de dummy "Burgemeester" hoort. Kandidaten die tijdens de bestuursperiode 2006-2012 het mandaat van burgemeester uitoefenden, haalden relatief gezien meer stemmen dan zij die dit mandaat niet uitoefenden. Ook voor de andere functies op gemeentelijk niveau is er een positief effect op het aantal voorkeursstemmen. Naarmate het belang van het gemeentelijk mandaat kleiner wordt, zien we dat ook de bijbehorende coëfficiënt afneemt. Een uittredend provincieraadslid bevindt zich tussen een OCMW raadslid en de voorzitter van de OCMW raad qua effect op het verkiezingsresultaat. Het effect van het kenmerk "Parlementslid" is vrijwel gelijk aan het effect van het kenmerk "Schepen". Beide uittredende mandaten hebben bijgevolg een gelijkaardige invloed op het behalen van voorkeursstemmen.

Het vijfde en laatste model voegt de variabele toe waarin we het meest geïnteresseerd zijn, namelijk de individuele uitgave per ingeschreven kiezer van een kandidaat. Hoofdvraag is de volgende: "Hoe verhoudt de individuele uitgave van een kandidaat zich tot zijn behaalde verkiezingsresultaat?". Vooraleer deze vraag te beantwoorden gaan we na of de variabele in de eerste plaats significant is. Aangezien dit zeer duidelijk het geval is, gaan we over tot de interpretatie van de bijbehorende coëfficiënt. De coëfficiënt bij "Uitgave 1" hoort, is positief en bedraagt 0,280. Voor elke euro die een kandidaat per ingeschreven kiezer extra spendeert, neemt zijn relatief aantal voorkeursstemmen toe met 0,28. Verder dient te worden opgemerkt dat de persoonlijke kenmerken leeftijd en geslacht van geen enkel belang meer zijn in dit vijfde model.

## *9.2 Toevoeging van een gelijk aandeel van de lijstuitgave*

Aangezien ook de lijstuitgave van elke Limburgse gemeenteraadsluit werd verzameld, hebben we besloten deze informatie tevens op te nemen in de gegevensanalyse. We maken twee verschillende veronderstellingen met betrekking tot de aanwending van deze uitgave. In een eerste geval gaan we ervan uit dat de lijstuitgave op een gelijkmatige manier over alle kandidaten op de lijst wordt verdeeld. Elke kandidaat krijgt bijgevolg evenveel van het lijstbedrag toebedeeld en beschikt zodoende over meer middelen. Vervolgens gaan we na hoe de resultaten wijzigen wanneer we de individuele uitgave per ingeschreven kiezer uit het vorige regressiemodel vervangen door de individuele uitgave met een deel van de lijstuitgave. Deze nieuwe uitgavecomponent wordt weergegeven door de variabele "Uitgave 2" en verhoudt zich relatief ten opzichte van het ingeschreven kiezerspubliek. Het effect van deze verandering op het verkiezingsresultaat zullen we hieronder bespreken. De werkwijze van de regressieanalyse is identiek aan deze die werd toegepast bij de individuele uitgave hiervoor.

	MODEL 1		MODEL 2		MODEL 3		MODEL 4		MODEL 5	
	Adj. R <sup>2</sup> = 0,013		Adj. R <sup>2</sup> = 0,176		Adj. R <sup>2</sup> = 0,309		Adj. R <sup>2</sup> = 0,485		Adj. R <sup>2</sup> = 0,624	
	Niet-gest. coëfficiënt	Stand.- afwijking	Niet-gest. coëfficiënt	Stand.- afwijking	Niet-gest. coëfficiënt	Stand.- afwijking	Niet-gest. coëfficiënt	Stand.- afwijking	Niet-gest. coëfficiënt	Stand.- afwijking
<b>Constance</b>	0,033*	0,002	0,022*	0,002	0,016*	0,002	0,021*	0,002	0,007*	0,002
<b>Leeftijd</b>	-7,734E-005**	0,000	5,073E-005	0,000	0,000*	0,000	-5,740E-005**	0,000	-4,552E-006	0,000
<b>Geslacht</b>	-0,007*	0,001	-0,003*	0,001	-0,002*	0,001	-0,001	0,001	-0,001	0,001
<b>Lijsttrekker</b>			0,060*	0,002	0,061*	0,002	0,025*	0,002	0,020*	0,002
<b>Lijstduwer</b>			0,023*	0,002	0,024*	0,002	0,008*	0,002	0,003	0,002
<b>Plaats op de lijst</b>			0,013*	0,002	0,013*	0,002	0,006*	0,001	0,005*	0,001
<b>Open VLD</b>					0,005*	0,001	0,004*	0,001	-0,002**	0,001
<b>N-VA</b>					0,001	0,001	0,006*	0,001	0,006*	0,001
<b>Vlaams Belang</b>					-0,022*	0,002	-0,018*	0,001	-0,012*	0,001
<b>SP.A</b>					0,008	0,001	0,006*	0,001	0,003**	0,001
<b>Groen</b>					-0,020*	0,003	-0,014*	0,002	-0,005*	0,002
<b>CD&amp;V</b>					0,023*	0,001	0,016*	0,001	0,006*	0,001
<b>Burgemeester</b>							0,122*	0,004	0,097*	0,004
<b>Schepen</b>							0,046*	0,002	0,034*	0,002
<b>Gemeenteraadslid</b>							0,021*	0,001	0,015*	0,001
<b>OCMW-voorzitter</b>							0,017*	0,004	0,012*	0,004
<b>OCMW-raadslid</b>							0,012*	0,002	0,008*	0,001
<b>Provincieraadslid</b>							0,019*	0,004	0,006	0,003
<b>Deputatie</b>							0,012	0,011	-0,044*	0,010
<b>Parlementslid</b>							0,044*	0,005	0,027*	0,004
<b>Uitgave 2</b>									0,276*	0,007

\*p < 0,01 - \*\*p < 0,05

**Tabel 15:** Determinanten van het relatief aantal voorkeursstemmen van een kandidaat (MODEL B)

Aangezien de uitgavecomponent pas in stap vijf wordt toegevoegd, is er in de modellen een tot vier niets gewijzigd ten opzichte van de regressie die enkel de individuele uitgave betreft. We richten onze aandacht hier bijgevolg enkel op de Adjusted R Square van model vijf en op de wijziging die plaatsvindt tussen stap vier en vijf. De Adjusted R Square bedraagt 0,585 wanneer we enkel de individuele uitgave van een kandidaat in rekening brengen. Door nu de lijstuitgave te spreiden over de kandidaten en deze mee op te nemen in de analyse, neemt de Adjusted R Square toe met vier percent. De variatie in het verkiezingsresultaat van kandidaten wordt dus beter verklaard door het onderstaande model dan door het voorgaande model. Door het toevoegen van de lijstuitgave wordt er met andere woorden een beter verklarend model gecreëerd. We dienen echter op te merken dat het toewijzen van de lijstuitgave aan kandidaten op de lijst slechts een hypothese is. We beschikken over geen enkel bewijs dat deze veronderstelling ondersteund of verworpen kan worden. Het is bijgevolg slechts een piste in het onderzoek die we extra nagaan omdat we over deze data beschikken.

Ondanks het gegeven dat de Adjusted R Square van dit model toch merkkelijk verschilt van deze in het model met enkel de individuele uitgave, zijn de verschillen tussen beide analyses op coëfficiëntniveau echter beperkt. De persoonlijke kenmerken zijn ook in dit model beiden niet meer relevant wanneer de uitgave als verklarende variabele aan het model wordt toegevoegd. Hetzelfde geldt voor de dummyvariabele "Provincieraadslid". Nieuw in dit model is de bemerking dat de variabele "Lijstduwer" geen betekenis meer heeft. Tot slot focussen we uiteraard op de coëfficiënt die bij de factor uitgave hoort. In dit geval bevat de variabele "Uitgave 2" zoals gezegd de individuele uitgave van een kandidaat en een deel van de lijstuitgave, die bovendien voor elke kandidaat gelijk is. De coëfficiënt bij deze variabele bedraagt 0,276 wat amper vier duizendsten minder is dan de coëfficiënt bij "Uitgave 1". De conclusie is bijgevolg dezelfde als deze bij de voorgaande cluster van regressies. De uitgave van een kandidaat heeft een beperkt positief effect op het eigen verkiezingsresultaat. Elke extra euro die per ingeschreven kiezer gespendeerd wordt, levert relatief gezien 0,28 meer voorkeursstemmen op.

### *9.3 Toevoeging van een ongelijk aandeel van de lijstuitgave*

Naast een evenredige verdeling van de lijstuitgave over de kandidaten kan er een tweede veronderstelling worden gemaakt. Het is niet onrealistisch ervan uit te gaan dat men bij de verdeling van de campagnemiddelen over de kandidaten rekening houdt met hun plaats op de lijst. Daarom kiezen we voor een hypothese waarbij de lijstuitgave wordt verdeeld over de kandidaten aan de hand van het belang van hun volgnummer. De lijsttrekker krijgt het grootste aandeel toebedeeld en de lijstduwer het laagste. De kandidaten tussenin krijgen systematisch een iets lager aandeel dan de kandidaat voor hen op de lijst. We zullen aan de hand van de tabel op de volgende pagina nagaan hoe deze derde invulling van het begrip uitgave het verkiezingsresultaat van kandidaten beïnvloedt. De variabele "Uitgave 3" omvat de relatieve individuele uitgave van een kandidaat en een aandeel van de lijstuitgave dat wordt toegekend aan de kandidaten op ongelijke wijze. Voor het overige is de opbouw van het model identiek aan de twee voorgaande regressieanalyses. Opnieuw zal de focus liggen op het maken van een vergelijking met het basismodel, namelijk model A.

	MODEL 1		MODEL 2		MODEL 3		MODEL 4		MODEL 5	
	Adj. R <sup>2</sup> = 0,013		Adj. R <sup>2</sup> = 0,176		Adj. R <sup>2</sup> = 0,309		Adj. R <sup>2</sup> = 0,485		Adj. R <sup>2</sup> = 0,617	
	Niet-gest. coëfficiënt	Stand.- afwijking	Niet-gest. coëfficiënt	Stand.- afwijking	Niet-gest. coëfficiënt	Stand.- afwijking	Niet-gest. coëfficiënt	Stand.- afwijking	Niet-gest. coëfficiënt	Stand.- afwijking
<b>Constance</b>	0,033*	0,002	0,022*	0,002	0,016*	0,002	0,021*	0,002	0,016*	0,002
<b>Leeftijd</b>	-7,734E-005**	0,000	5,073E-005	0,000	0,000*	0,000	-5,740E-005**	0,000	-2,737E-006	0,000
<b>Geslacht</b>	-0,007*	0,001	-0,003*	0,001	-0,002*	0,001	-0,001	0,001	-0,001	0,001
<b>Lijsttrekker</b>			0,060*	0,002	0,061*	0,002	0,025*	0,002	0,019*	0,002
<b>Lijstduwer</b>			0,023*	0,002	0,024*	0,002	0,008*	0,002	0,004**	0,002
<b>Plaats op de lijst</b>			0,013*	0,002	0,013*	0,002	0,006*	0,001	-0,011*	0,001
<b>Open VLD</b>					0,005*	0,001	0,004*	0,001	-0,002	0,001
<b>N-VA</b>					0,001	0,001	0,006*	0,001	0,006*	0,001
<b>Vlaams Belang</b>					-0,022*	0,002	-0,018*	0,001	-0,013*	0,001
<b>SP.A</b>					0,008	0,001	0,006*	0,001	0,003*	0,001
<b>Groen</b>					-0,020*	0,003	-0,014*	0,002	-0,006*	0,002
<b>CD&amp;V</b>					0,023*	0,001	0,016*	0,001	0,006*	0,001
<b>Burgemeester</b>							0,122*	0,004	0,099*	0,004
<b>Schepen</b>							0,046*	0,002	0,035*	0,002
<b>Gemeenteraadslid</b>							0,021*	0,001	0,015*	0,001
<b>OCMW-voorzitter</b>							0,017*	0,004	0,013*	0,004
<b>OCMW-raadslid</b>							0,012*	0,002	0,008*	0,001
<b>Provincieraadslid</b>							0,019*	0,004	0,006	0,003
<b>Deputatie</b>							0,012	0,011	-0,038*	0,010
<b>Parlementslid</b>							0,044*	0,005	0,030*	0,004
<b>Uitgave 3</b>									0,257*	0,006

\*p < 0,01 - \*\*p < 0,05

**Tabel 16:** Determinanten van het relatief aantal voorkeursstemmen van een kandidaat (MODEL C)



Het model dat we creëren naar aanleiding van de tweede veronderstelling laat een hogere "Adjusted R Square" optekenen dan het basismodel. Wanneer we de lijstuitgaven op de tweede manier mee betrekken in de analyse, merken we op dat 61,7 percent van de variatie in het verkiezingsresultaat verklaard wordt door het geheel van onafhankelijke variabelen. Dit percentage ligt slechts iets lager dan de Adjusted R Square die kan worden waargenomen bij een gelijke spreiding van de lijstuitgave. Er ontstaat met andere woorden een beter regressiemodel door de toevoeging van de lijstuitgave, op eender welke manier. Onder beide veronderstellingen ligt de Adjusted R Square immers hoger dan zestig percent, waar deze voor het basismodel 58,5 percent bedraagt. We dienen echter opnieuw voorzichtig om te gaan met het formuleren van algemene conclusies, aangezien we niet weten of de lijstuitgave binnen de partij daadwerkelijk aan de kandidaten wordt toegekend. Het is eveneens waarschijnlijk dat deze volledig worden besteed aan een lijstcampagne.

Tot slot werpen we een blik op de coëfficiënten bij de variabelen. Met betrekking tot de significantie van de coëfficiënten duiken er geen verrassingen op. Leeftijd en geslacht blijken opnieuw geen significante invloed uit te oefenen op het relatieve aantal voorkeursstemmen van een kandidaat. Ook de variabele "Provincieraadslid" en de partijdummy voor Open VLD bieden geen toegevoegde waarde aan het model. Voor het overige kunnen we vaststellen dat de coëfficiënten over het algemeen zeer weinig afwijken van deze in het basismodel. De coëfficiënt bij de variabele "Uitgave 3" is het kleinst wanneer we deze vergelijken met de coëfficiënten van "Uitgave 1" en "Uitgave 2" in de vorige modellen, maar de onderlinge verschillen zijn beperkt.

#### *9.4 Conclusie*

In deze derde deelvraag zijn we nagegaan hoe het gesteld is met de effectiviteit van individuele kiescampagnes. De opzet bestond erin te onderzoeken in welke mate het als kandidaat loont om meer geld te investeren in verkiezingspropaganda. Hoe bepalend is met andere woorden de factor "uitgave" in een model dat het verkiezingsresultaat van een kandidaat tracht te verklaren? Om een antwoord op deze vraag te vinden hebben we drie verschillende modellen opgebouwd, die allen naast een uitgavecomponent nog andere mogelijk verklarende factoren in rekening nemen. De tendensen met betrekking tot deze verschillende categorieën onafhankelijke variabelen blijken over de drie modellen heen zeer gelijklopend te zijn. Dit is grotendeels te verklaren door het gegeven dat de uitgavecomponent de enige variabele is die verschilt tussen de drie modellen en deze wordt bovendien pas toegevoegd in de vijfde en laatste stap van de regressieanalyse. Persoonlijke kenmerken bijvoorbeeld oefenen in geen van de drie modellen veel verklarende kracht uit. Initieel is het geslacht van kandidaten nog significant, maar naarmate het model met andere variabelen wordt uitgebreid, verdwijnt de invloed van dit kenmerk bijna volledig. Deze variabele heeft consequent een negatief teken wat maakt dat zolang de coëfficiënt significant is, kan worden gesteld dat vrouwen gemiddeld genomen iets minder spenderen aan campagnemateriaal dan hun mannelijke collega's. De leeftijd van politici blijkt van in het begin vaak nietszeggend. De toevoeging van de drie lijstkenmerken aan de analyse leidt tot een toename van de verklarende kracht met zestien percent. De bijbehorende coëfficiënten zijn bovendien positief wat erop duidt dat een belangrijkere plaats op de lijst een kandidaat meer stemmen kan opleveren.

De partijenmerken in de derde stap zorgen op hun beurt ook voor een beter verklarend model, hoewel ze minder verklarende kracht toevoegen dan de lijstkenmerken. Wanneer het regressiemodel is opgebouwd aan de hand van de persoonlijke, lijst- en partijenmerken wordt bijna eenendertig percent van de variatie in het relatieve aantal voorkeursstemmen van een kandidaat verklaard door deze drie groepen variabelen. Een "Adjusted R Square" van eenendertig percent is op zich echter niet spectaculair. In de vierde stap wordt de hele reeks uittredende politieke mandaten aan de analyse toegevoegd. Dit zorgt voor een stijging in de verklarende kracht van bijna achttien percent, de grootste toename binnen de modellen tot dan toe. De politieke ervaring van een kandidaat op eender welk bestuursniveau blijkt bijgevolg een grote invloed uit te oefenen op zijn electorale succes op het gemeenteniveau. De hamvraag tot slot is, hoeveel variatie in de afhankelijke variabele de uitgavecomponent nog extra kan verklaren. Het antwoord verschilt van model tot model aangezien de invulling van het begrip "uitgave" telkens wijzigt, door de lijstuitgave al dan niet te betrekken en dit op een verschillende manier.

In model A waar enkel de individuele uitgave van kandidaten in rekening wordt gebracht, voegt de factor "uitgave" slechts tien percent toe aan de "Adjusted R Square". Dit percentage ligt lager dan de verandering in "Adjusted R Square" die kan worden waargenomen bij een toevoeging van de lijst-, partij- en politieke kenmerken. De factor "uitgave" heeft in het eerste model bijgevolg weinig verklarende kracht ten opzichte van de andere groepen verklarende variabelen. Het tweede model, waar een evenredig aandeel van de lijstuitgave wordt toegevoegd aan de individuele uitgave, laat een hogere finale "Adjusted R Square" optekenen. Deze van model A bedraagt 0,585, waar in model B 62,4 percent van de variatie in de afhankelijke variabele verklaard wordt door de set van onafhankelijke variabelen. De derde fase van de analyse houdt rekening met de plaats van kandidaten op de lijst bij het verdelen van de lijstuitgave over de kandidaten. Hoger geplaatsten ontvangen systematisch een hoger aandeel dan een lager geplaatste kandidaat. Dit model laat een finale "Adjusted R Square" optekenen van 61,7 percent. Deze verschilt slechts zeer weinig van degene die kan worden geconstateerd voor model B. Voor model B en C kunnen we bijgevolg besluiten dat de uitgavecomponent dertien à veertien percent verklarende kracht toevoegt aan het model, tegenover tien percent voor deze in model A.

De uiteindelijke conclusie van deze deelvraag is tweeledig. Ten eerste kunnen we stellen dat het model waarbij de lijstuitgave op een evenredige manier wordt betrokken in de analyse, er het best in slaagt het verkiezingsresultaat van kandidaten te verklaren. Kanttekening hierbij is dat model B in tegenstelling tot model A puur hypothetisch is. We gaan er, wanneer we kiezen voor model B, namelijk vanuit dat de lijstuitgave aan de kandidaten op de lijst toekomt. Het is echter perfect denkbaar dat deze uitgave enkel wordt aangewend voor een lijstcampagne en niet wordt verdeeld over de individuele kandidaten. Model A daarentegen kan perfect kloppen in de praktijk, aangezien we de individuele uitgave van kandidaten kunnen linken aan hun behaald aantal voorkeursstemmen. De tweede meer belangrijke conclusie stelt dat de meeste invloed op het verkiezingsresultaat van kandidaten wordt uitgeoefend door hun eventuele politieke kenmerken. Het aantal voorkeursstemmen dat een kandidaat behaalt bij de gemeenteraadsverkiezingen wordt in de grootste mate beïnvloed door de politiek ervaring en bekendheid van kandidaten.

Uitgaven hebben weliswaar een positief significant effect op de afhankelijke variabele, maar zijn niet het meest bepalend. De politieke kenmerken en de lijstkenmerken voegen respectievelijk zestien en achttien percent verklarende kracht toe aan de regressiemodellen. Voor de modellen B en C delen de partijen de derde plaats met de uitgavecomponent, aangezien beide verklarende factoren de "Adjusted R Square" doen toenemen met ongeveer dertien percent. In model A ligt het effect van de individuele uitgave nog wat lager, namelijk op tien percent.

De vraag of verkiezingscampagnes effectief zijn kan bevestigend worden beantwoord aangezien de uitgaven van kandidaten een invloed uitoefenen op het verkiezingsresultaat. De kanttekening die bij dit antwoord dient te worden gemaakt is evenwel belangrijker dan het antwoord op zich. Kandidaten die tijdens de bestuursperiode voorafgaand aan de verkiezingen geen politiek mandaat uitoefenden, hebben een niet te miskennen achterstand op hun ervaren concurrenten. Deze achterstand kunnen ze trachten te compenseren door via extra uitgaven op korte tijd naambekendheid op te bouwen. Aangezien het effect van uitgaven op electoraal succes kleiner is dan dit van politieke ervaring valt het echter te betwijfelen of nieuwkomers een zulke achterstand krijgen goedge maakt. Daarnaast speelt de plaats op de lijst van een kandidaat ook een niet te verwaarlozen rol. Ook het effect hiervan blijkt groter te zijn dan dit van de verkiezingsuitgaven.

### *9.5 Binaire afhankelijke variabele*

Na enkele hypotheses omtrent de onafhankelijke variabelen te hebben getest, voeren we nu een wijziging uit met betrekking tot de afhankelijke variabele. De voorgaande drie regressies gingen na wat het effect was van de verschillende groepen verklarende variabelen op het aantal voorkeursstemmen van een kandidaat. Het is echter mogelijk nog een andere benadering van het verkiezingsresultaat te onderzoeken, namelijk of een kandidaat op 14 oktober 2012 al dan niet genoeg stemmen haalde om verkozen te zijn. We creëren een nieuwe afhankelijke variabele onder de vorm van een dummy. Kandidaten die bij de gemeenteraadsverkiezingen een voldoende hoge score behaalden om verkozen te geraken krijgen code 1, de anderen code 0. 1.041 Limburgse kandidaten werden verkozen bij de afgelopen verkiezingen, tegenover 3.731 niet-verkozenen. Omwille van de binaire vorm van de afhankelijke variabele, zal de regressie worden uitgevoerd met behulp van een binaire logistische regressie.

De onafhankelijke variabelen zijn deels dezelfde als deze in het eerste meervoudig regressiemodel onder deelvraag drie. Eerst worden de persoonlijke kenmerken opgenomen als verklarende variabelen, waarna de lijstkenmerken en de partijen worden toegevoegd. In de twee hiernavolgende stappen treden er echter wijzigingen op met betrekking tot de onafhankelijke variabelen. De politieke kenmerken worden als vierde verklarende factor aan het model toegevoegd, in de vorm van twee nieuwe dummyvariabelen. De afzonderlijke mandaten op gemeentelijk niveau voegen we samen in één dummyvariabele "Verkozen gemeente". Deze dummy neemt waarde 1 aan in het geval dat de kandidaat tijdens de periode 2006-2012 een politiek mandaat uitoefende op gemeentelijk niveau. Code 0 wordt toegekend aan alle kandidaten die niet verkozen waren tijdens de voorgaande legislatuur. Eenzelfde redenering volgen we voor de tweede nieuwe verklarende dummyvariabele, namelijk "Verkozen ander".

Deze onderscheidt de kandidaten die tijdens de periode 2006-2012 een mandaat uitoefenden op provinciaal, regionaal of federaal niveau van de niet-verkozenen op één van deze niveaus. In de vijfde en laatste stap tenslotte wordt gelijkaardig aan de meervoudige regressiemodellen een uitgavecomponent toegevoegd. Hier voegen we echter de absolute individuele uitgave van kandidaten toe in de plaats van hun uitgave ten opzichte van het aantal ingeschreven kiezers.

De tabellen op de volgende twee pagina's bevatten de output van de uitgevoerde binaire logistische regressie. Om de modellen in hun geheel te beoordelen, baseren we ons op de Nagelkerke R Square van elk model. Dit is een maatstaf voor de kwaliteit van het logistische regressiemodel. De Nagelkerke R Square is te vergelijken met de R Square bij een lineaire regressie, maar mag niet geïnterpreteerd worden als het percentage verklaarde variatie.

	MODEL 1			MODEL 2			MODEL 3		
	Nagelkerke R <sup>2</sup> = 0,044			Nagelkerke R <sup>2</sup> = 0,282			Nagelkerke R <sup>2</sup> = 0,361		
	B	S.E.	Exp(B)	B	S.E.	Exp(B)	B	S.E.	Exp(B)
<b>Constante</b>	-1,480*	0,133	0,228	-3,506*	0,195	0,030	-3,972*	0,225	0,019
<b>Leeftijd</b>	0,011*	0,003	1,011	0,014*	0,003	1,014	0,017*	0,003	1,018
<b>Geslacht</b>	-0,737*	0,074	0,479	-0,471*	0,083	0,624	-0,482*	0,085	0,618
<b>Lijsttrekker</b>				2,554*	0,253	12,862	3,533*	0,333	34,221
<b>Lijstduwer</b>				3,027*	0,182	20,645	3,343*	0,197	28,294
<b>Plaats op de lijst</b>				2,844*	0,174	17,176	2,973*	0,179	19,551
<b>Open VLD</b>							0,071	0,145	1,074
<b>N-VA</b>							0,214	0,136	1,239
<b>Vlaams Belang</b>							-2,255*	0,299	0,105
<b>SP.A</b>							0,296**	0,148	1,345
<b>Groen</b>							-3,465*	0,637	0,031
<b>CD&amp;V</b>							0,998*	0,128	2,712

\*p < 0,01 - \*\*p < 0,05

**Tabel 17:** Binaire afhankelijke variabele (Model 1-2-3)

	<b>MODEL 4</b>			<b>MODEL 5</b>		
	Nagelkerke R <sup>2</sup> = 0,498			Nagelkerke R <sup>2</sup> = 0,531		
	<b>B</b>	<b>S.E.</b>	<b>Exp(B)</b>	<b>B</b>	<b>S.E.</b>	<b>Exp(B)</b>
<b>Constante</b>	-3,547*	0,241	0,029	-4,184	0,258	0,015
<b>Leeftijd</b>	-0,003	0,004	0,997	0,000	0,004	1,000
<b>Geslacht</b>	-0,549*	0,095	0,578	-0,488*	0,098	0,614
<b>Lijsttrekker</b>	2,863*	0,345	17,520	2,843*	0,347	17,160
<b>Lijstduwer</b>	2,831*	0,218	16,955	2,781*	0,224	16,137
<b>Plaats op de lijst</b>	2,581*	0,186	13,207	2,532*	0,191	12,584
<b>Open VLD</b>	-0,039	0,164	0,962	-0,080	0,170	0,923
<b>N-VA</b>	0,853*	0,151	2,346	1,152*	0,160	3,165
<b>Vlaams Belang</b>	-2,699*	0,352	0,067	-2,051*	0,349	0,129
<b>SP.A</b>	0,206	0,166	1,229	0,261	0,172	1,298
<b>Groen</b>	-2,860*	0,646	0,057	-2,307*	0,657	0,100
<b>CD&amp;V</b>	0,674*	0,144	1,963	0,463*	0,153	1,589
<b>VERKOZEN gemeente</b>	2,350*	0,107	10,488	2,196*	0,110	8,986
<b>VERKOZEN ander</b>	2,387*	0,453	10,883	1,717*	0,470	5,566
<b>Absolute uitgave</b>				0,001*	0,000	1,001

\*p < 0,01 - \*\*p < 0,05

**Tabel 18:** Binaire afhankelijke variabele (Model 4-5)

Het eerste model tracht de kans op verkiezing van een kandidaat enkel te verklaren aan de hand van zijn leeftijd en geslacht. Ondanks het feit dat beide variabelen significant zijn, is de Nagelkerke R Square uiterst laag. Deze ligt al een stuk hoger in het tweede model, dat ook de lijstkenmerken in de logistische regressie betreft. De Nagelkerke R Square bedraagt namelijk 0,282. De vijf opgenomen verklarende variabelen zijn allen significant op het één percent-niveau. Voor de dummyvariabelen "Lijsttrekker" en "Lijstduwer" is het interessant de coëfficiënten te interpreteren. Dit doen we in een logistische regressie niet aan de hand van de gewone bèta, maar wel met behulp van de exponent hiervan. Deze voor de variabele "Lijsttrekker" geeft aan dat lijsttrekkers bijna dertien keer meer kans hebben om verkozen te geraken dan alle andere kandidaten die de status van lijsttrekker niet hebben. Dezelfde redenering kan worden gevolgd voor de lijstduwers. Zij hebben twintig maal meer kans om verkozen te geraken in vergelijking met alle overige kandidaten op de lijst, ongeacht hoe oud ze zijn en wat hun geslacht is. Net zoals bij een meervoudige regressie worden de coëfficiënten in deze binaire logistische regressie eveneens geïnterpreteerd ervan uitgaande dat alle andere variabelen constant zijn. Wanneer we in het derde model opnieuw een groep variabelen toevoegen, blijkt de Nagelkerke R Square nog steeds een stijgende trend te vertonen. Deze bedraagt na toevoeging van de partijen namelijk 0,361. Het valt op dat de effecten voor "Lijsttrekker" en "Lijstduwer" groter zijn geworden ten opzichte van het voorgaande model. Verder zien we dat de partijen Open VLD en N-VA geen significante invloed uitoefenen op de kans van een kandidaat om verkozen te geraken. De coëfficiënt die bij SP.A hoort is nog net significant op het vijf percent-niveau. Voor CD&V-kandidaten kan worden geïnterpreteerd dat hun kans om verkozen te geraken 2,7 keer hoger is dan voor een kandidaat die tot de referentiegroep behoort. De referentiegroep bevat, analoog aan de eerder uitgevoerde regressies, alle kandidaten die tot geen van de zes traditionele partijen behoren.

Het vierde model voegt de twee variabelen toe, die de kandidaten opdelen naargelang hun politieke kenmerken. We constateren dat voor kandidaten die tijdens de periode 2006-2012 een mandaat in het gemeente- of OCMW-bestuur uitoefenden, de kans om op 14 oktober 2012 verkozen te geraken tien keer hoger ligt dan voor kandidaten die niet-verkozen waren tijdens de voorbije legislatuur. Bijgevolg hebben kandidaten met een uittredend gemeentelijk mandaat toch een aardig voordeel vergeleken met hun onervaren tegenkandidaten. Dezelfde conclusie kan worden geformuleerd met betrekking tot het effect van de uittredende mandaten op de andere bestuursniveaus. De coëfficiënt bij de variabele "Verkozen Ander" is slechts iets hoger dan deze bij "Verkozen gemeente". Dit maakt dat de exponenten van beide bèta's nauwelijks van elkaar verschillen. Bijgevolg verhoogt een uittredend mandaat op een ander bestuursniveau eveneens de kansen van een kandidaat om op het gemeentelijk niveau verkozen te geraken. De verklarende kracht van de politieke kenmerken wordt tevens gereflecteerd in de toegenomen Nagelkerke R Square. Deze is immers met 0,137 gestegen ten opzichte van het vorige model. Opnieuw blijkt ook weer het positieve effect van de eerste en de laatste plaats op de lijst. Met betrekking tot de partijen kan worden geconstateerd dat N-VA in dit vierde model wel significant is. Een N-VA-kandidaat heeft 2,3 keer meer kans om verkozen te geraken dan een kandidaat van een niet-traditionele partij. Ook CD&V-kandidaten hebben net zoals in de derde analyse een electoraal voordeel, hoewel de grootte ervan een beetje is afgezwakt.

Voor de twee grootste partijen, wat betreft het aantal opgekomen lijsten en kandidaten op 14 oktober 2012, worden bijgevolg significante effecten op de afhankelijke variabelen waargenomen. Hetzelfde kunnen we vaststellen met betrekking tot de twee kleinste partijen, Groen en Vlaams Belang. De coëfficiënten bij deze partijnamen hebben in tegenstelling tot deze van CD&V en N-VA echter een negatief teken. Voor kandidaten die behoren tot Open VLD of SP.A, de tussenliggende partijen qua grootte, kan geen partij-effect worden waargenomen.

Het toevoegen van de uitgavecomponent in de laatste stap zorgt ervoor dat de Nagelkerke R Square toeneemt tot een finale waarde van 0,531. Dit geeft aan dat er een redelijke samenhang is tussen de afhankelijke variabele en de set van onafhankelijke variabelen. Bij dit soort regressie maken we de vergelijking met het zogenaamde perfecte model. Bovenstaand geconstrueerd model verklaart bijgevolg iets meer dan vijftig percent van het optimale model. Verder moet er worden opgemerkt dat de exponenten van de bèta's bij "Verkozen gemeente" en "Verkozen ander" afnemen, door de toevoeging van de absolute uitgave van kandidaten aan het model. Tot slot bespreken we de coëfficiënt die hoort bij de variabele "Absolute uitgave". Op het eerste zicht lijkt deze weinig betekenis te hebben, aangezien een extra uitgave van één euro een kandidaat 1,001 meer kans bezorgt om verkozen te geraken. Wanneer een kandidaat echter 1.000 euro uitgeeft, heeft deze kandidaat 2,7 keer meer kans om verkozen te geraken. De bewijsvoering en de berekening die achter dit getal schuilgaan, worden weergegeven in bijlage 3. Een kandidaat die meer spendeert, verhoogt hiermee zijn kansen om verkozen te geraken, zij het zeer beperkt.

Concluderend kan worden gesteld dat de lijstkenmerken en politieke kenmerken voor de grootste toenames in de Nagelkerke R Square zorgen. De uitgavecomponent komt net zoals bij de meervoudige regressies pas op de derde plaats, wat betreft de invloed op de afhankelijke variabele.





## Hoofdstuk 10. Conclusie

Na het beantwoorden van de deelvragen en het uitvoeren van de analyses worden hieronder de belangrijkste resultaten nog eens op een rijtje gezet. We gaan van start met deelvraag één waarin heel wat berekeningen werden uitgevoerd om een zicht te krijgen op de kostprijs van een gemeentelijke kiescampagne in Limburg. Het totaalcijfer aan Limburgse lijst- en individuele uitgaven wordt vastgesteld op bijna 4,2 miljoen euro. Enigszins opmerkelijk is dat de verhouding individuele uitgaven ten opzichte van lijstuitgaven voor de gehele provincie exact 50/50 is. De gemiddelde uitgave van een Limburgse kandidaat bedraagt 438,71 euro, waar er op lijstniveau gemiddeld 10.161,29 euro wordt uitgegeven. Op zichzelf zijn deze bedragen niet erg veelzeggend, maar dit verandert wanneer we ze vergelijken met de gemiddelde maximumbedragen. Dan blijkt namelijk dat kandidaten over het algemeen slechts één vierde van het toegestane maximumbedrag spenderen. Voor lijsten situeert deze verhouding zich op een percentage van zeventig procent. Deze benadering van de maximumbedragen hebben we eveneens onderzocht voor elk van de zes traditionele partijen. Op het niveau van de kandidaat voert CD&V de rangschikking aan met een bestedingspercentage van achtenveertig procent. Open VLD en SP.A volgen erna met percentages tussen dertig en vijfendertig procent. Tussen SP.A en N-VA, de vierde in de lijst, gaapt er een grote kloof. Een gemiddelde N-VA kandidaat besteedt slechts twaalf procent van het toegestane maximumbedrag. Voor Vlaams Belang en Groen tot slot bedraagt het individuele bestedingspercentage amper één procent. Op het lijstniveau liggen de kaarten iets anders, hoewel CD&V nog steeds de koploper is met vijfenzeventig procent. Open VLD, N-VA en SP.A bevinden zich dicht in elkaars buurt met benaderingen van het maximumbedrag tussen zeventig en vijftig procent. Ook Vlaams Belang volgt op een niet al te grote afstand, getuige een bestedingspercentage van veertig procent. Groen daarentegen hinkt met een verhouding van vijftien procent ver achterop en geeft niet enkel in absolute termen maar ook relatief gezien het minst uit.

Naast de benadering van de maximumbedragen werden er ook met betrekking tot andere uitgavecomponenten vergelijkingen gemaakt tussen de partijen. Een logische analyse is deze van de totaaluitgaven van partijen. Deze top zes wordt opnieuw aangevoerd door CD&V, die als enige partij meer dan één miljoen euro spendeert in Limburg. Met iets meer dan 800.000 euro staat Open VLD op plaats twee. N-VA en SP.A geven beiden tussen 500.000 en 600.000 euro uit. De tendens van Vlaams Belang en Groen op de laatste plaatsen zet zich ook in deze analyse verder. De kandidaten en lijsten van Groen geven amper 27.499,07 euro uit aan al hun Limburgse kiescampagnes. Vervolgens zijn we nagegaan welk percentage van dit totaalbedrag wordt ingenomen door de individuele uitgaven van kandidaten. Bij CD&V, Open VLD en SP.A bestaat meer dan de helft van het totaalbedrag uit individuele uitgaven. Voor de overige drie partijen ligt het aandeel lijstuitgaven hoger dan het aandeel individuele uitgaven. Dat CD&V steeds de hoogste uitgaven laat optekenen wordt herbevestigd bij een analyse van de duurste lijstcampagnes. In de top tien van duurste lijstcampagnes komt zevenmaal een CD&V-lijst voor.

Een volgend deel van het onderzoek richtte zich op de uitgaven van kandidaten. Niet minder dan 37,6 percent van alle opgenomen Limburgse kandidaten spendeerde niets aan zijn of haar individuele verkiezingscampagne. Vervolgens zijn we nagegaan hoeveel kandidaten met een uitgave van nul euro kunnen worden geteld binnen elke partij. Vlaams Belang is dit maal de koploper met maar liefst zevenennegentig percent van de Vlaams Belang kandidaten die nul euro spenderen. Ook Groen laat een hoog percentage optekenen, namelijk negenentachtig percent. Erna volgen N-VA en SP.A met zesenvieftig en vierendertig percent. Bij Open VLD en CD&V geeft het merendeel van de kandidaten iets uit. De rangschikking van de partijen met betrekking tot de nuluitgaven is exact de omgekeerde rangschikking van de totale uitgaven voor elke partij. Aangezien we weten dat bijna achtendertig percent van alle Limburgse kandidaten een uitgave van nul euro heeft ingevuld op het aangifteformulier, zijn we nagaan hoe de uitgaven van de overige kandidaten eruitzien. Niet minder dan vijfentachtig percent van alle kandidaten geeft minder dan 1.000 euro uit aan zijn of haar campagne. Dit wilt zeggen dat al deze kandidaten zelfs onder het kleinste toegelaten maximumbedrag van 1.250 euro blijven. De hogere uitgavecategorieën worden hoofdzakelijk gedomineerd door kandidaten die eveneens opkomen op een lijst voor de provincieraadsverkiezingen.

De tweede deelvraag gaat na welke factoren een rol spelen in het investeringsgedrag van kandidaten. Er worden vier groepen kenmerken geïdentificeerd die mogelijk bepalen hoeveel geld een kandidaat in zijn verkiezingscampagne investeert. De persoonlijke kenmerken ten eerste omvatten de leeftijd en het geslacht van kandidaten. Er blijkt een verschil te zijn in het bestedingspatroon van mannelijke en vrouwelijke kandidaten. Mannen geven gemiddeld genomen zes percent meer uit aan hun persoonlijke kiescampagne. Daarnaast geven meer vrouwelijke kandidaten nul euro uit in verhouding tot hun mannelijke collega's. De hogere uitgavenklassen, deze boven 1.500 euro, worden dan weer licht gedomineerd door mannelijke politici. Van de kandidaten die meer dan 1.500 euro spenderen, behoort negenenvijftig percent tot het mannelijk geslacht tegenover eenenveertig percent vrouwen.

Vervolgens zijn we nagaan hoe de uitgaven wijzigen naargelang een kandidaat een bepaald uittredend politiek mandaat heeft. Uittredende burgemeesters blijken ware "big spenders" te zijn met een gemiddelde uitgave van 2.038,07 euro. Wel moet hierbij worden opgemerkt dat bijna de helft onder hen tevens kandidaat was voor de provincieraadsverkiezingen, waar hogere maxima van toepassing zijn. Een uittredende schepen spendeert ongeveer zeventig percent van het maximumbedrag waarmee hij geconfronteerd wordt. Kandidaten die tijdens de periode 2006-2012 het mandaat van schepen en voorzitter van de OCMW raad hebben gecombineerd, benaderen eveneens het percentage van zeventig percent. Het extra mandaat dat zij hebben uitgeoefend geeft bijgevolg geen aanleiding tot het doen van extra uitgaven. Het mandaat van OCMW raadsvoorzitter blijkt slechts zelden als een op zichzelf staande functie te worden uitgeoefend. In de meeste gemeenten heeft de voorzitter van de OCMW raad eveneens enkele schepenbevoegdheden. De kandidaten die echter enkel het mandaat van OCMW raadsvoorzitter uitoefenden tijdens de afgelopen legislatuur, geven gemiddeld genomen tien percent minder uit dan hun collega's met een gecombineerd mandaat.

Een uittredend gemeenteraadslid spendeert zo'n 772,78 euro aan zijn verkiezingspropaganda, tegenover OCMW raadsleden die het met gemiddeld 250 euro minder doen. Kandidaten die over geen enkel uittredend gemeentelijk mandaat beschikken, geven bijna negentien percent van hun toegelaten maximumbedrag uit.

De uiteindelijke opzet van deelvraag twee bestaat erin de vier groepen kenmerken te relateren aan de individuele uitgave van een kandidaat en deze verbanden te onderzoeken. Dit wordt nagegaan aan de hand van een meervoudig regressiemodel waarin de individuele uitgave gedeeld door het aantal ingeschreven kiezers, optreedt als afhankelijke variabele. De vier groepen kenmerken worden stapsgewijs toegevoegd aan het regressiemodel. Als eerste worden de persoonlijke kenmerken leeftijd en geslacht opgenomen als verklarende variabelen. Dit eerste model heeft een uiterst lage "Adjusted R Square" en is zo goed als zonder betekenis. Wanneer de lijstkenmerken worden toegevoegd, treedt er een kleine verbetering op. De "Adjusted R Square" neemt toe met 0,06 wat maakt dat de onafhankelijke variabelen in model twee iets meer dan zes percent van de variatie in de afhankelijke variabele verklaren. Leeftijd blijkt geen enkel significant effect uit te oefenen op het investeringsgedrag van kandidaten. De coëfficiënt die bij geslacht hoort, is wel significant en heeft bovendien een negatief teken. Dit herbevestigt het feit dat vrouwen over het algemeen iets minder uitgeven dan mannen. De grootste toename van de "Adjusted R Square" vindt plaats wanneer de partijen worden opgenomen in de regressie. Model drie verklaart twintig percent van de variatie in de uitgaven van een kandidaat. Ook de toevoeging van de politieke uittredende mandaten zorgen nog voor verbetering. Het eindmodel laat een "Adjusted R Square" optekenen van eenendertig percent. Aangezien dit niet kan worden beschouwd als een hoge "Adjusted R Square" is er nog ruimte voor verbetering mogelijk. Het finale vierde model kan mogelijk verder worden geoptimaliseerd, door het toevoegen van andere factoren die het investeringsgedrag van kandidaten mee bepalen.

De conclusie met betrekking tot de derde deelvraag is reeds uitvoerig besproken na de analyse van de drie bijbehorende regressiemodellen. Het model dat de lijstuitgave mee betreft in de analyse en op een evenredige manier toekent aan de kandidaten op de lijst, blijkt het best het verkiezingsresultaat van kandidaten te verklaren. Dit model laat immers een "Adjusted R Square" van 62,4 percent optekenen. Daarnaast komt uit de analyse naar voren dat verkiezingscampagnes van kandidaten wel degelijk een invloed uitoefenen op het aantal behaalde voorkeursstemmen van een kandidaat. De uitgavecomponent zorgt namelijk voor een toename in de Adjusted R Square van tien tot dertien percent. Politieke kenmerken hebben echter een hogere verklarende kracht dan elk van de drie besproken uitgavecomponenten. Ook de plaats op de lijst van kandidaten blijkt een groter effect uit te oefenen op het verkiezingsresultaat van kandidaten dan hun uitgavegedrag. Het geconstrueerde binair logistisch regressiemodel laat eenzelfde tendens met betrekking tot de verklarende variabelen optekenen. De verklarende variabelen worden daarbij echter gelinkt aan de afhankelijke dummyvariabele die verkozenen van niet-verkozenen onderscheidt. Dit kan gezien worden als een tweede interpretatie van het verkiezingsresultaat naast het aantal behaalde voorkeursstemmen.

De regressiemodellen laten allen vrij hoge verklarende waarden optekenen, maar dit onderzoek afsluiten doen we met enkele kritische bemerkingen. Deze zijn vooral gericht op het wettelijk kader met betrekking tot de verkiezingsuitgaven. Elke lijsttrekker is ertoe verplicht binnen de dertig dagen na de verkiezingen de verkiezingsuitgaven van de lijst en van elke kandidaat op de lijst aan te geven bij de desbetreffende rechtbank van eerste aanleg. Ondanks deze verplichting constateerde ik het bij het inkijken van de aangiften dat 373 individuele aangiften en 10 lijstaangiften ontbraken. Wettelijk gezien kan iedereen die niet aan deze verplichting tegemoet komt, gesanctioneerd worden met een gevangenisstraf van acht dagen tot één maand en met een geldboete van vijftig euro tot vijfhonderd euro. Er is echter niemand die nagaat of alle lijsten hun aangifte en die van hun kandidaten daadwerkelijk indienen en dit binnen een maand na de verkiezingsdag. Het niet-indienen van een aangifte kan enkel worden vervolgd op initiatief van de procureur des Konings of op grond van een klacht van een persoon die van enig belang doet blijken, namelijk een andere kandidaat. De decreetgever heeft een poging gedaan om een systeem te creëren dat als opzet heeft de bedragen van verkiezingsuitgaven transparant kenbaar te maken naar de bevolking toe. Iedere burger die dit wenst kan immers tijdens de inzageperiode de aangiften gaan inkijken op de rechtbank van eerste aanleg. Een verhoogde transparantie heeft de decreetgever bijgevolg bereikt dankzij het systeem van de aangiften. Het systeem is echter niet volledig waterdicht naar politieke lijsten en kandidaten toe aangezien het klachtgestuurd werkt. Indien er geen klacht wordt ingediend door een belanghebbende over een bepaalde aangifte dan wordt er verder niets met deze aangifte gedaan. Op zich is dit nog niet echt een groot probleem, ware het niet dat de decreetgever niet al te doordacht is omgegaan met het vaststellen van bepaalde termijnen. Een bezwaar tegen verkiezingsuitgaven moet immers binnen de dertig dagen na de dagtekening van het proces-verbaal van de verkiezingen worden ingediend. Dit dient te gebeuren bij de Raad voor Verkiezingsbetwistingen die in elke provincie wordt opgericht. Het inkijken van de aangiften voor verkiezingsuitgaven op de griffie van de rechtbank is echter pas mogelijk vanaf eenendertig dagen na de verkiezingen. De termijn voor het indienen van een klacht loopt bijgevolg voor op de termijn waarbinnen het inkijken van de aangiften mogelijk is. Men kan zich dan de vraag stellen op basis van welk bewijs kandidaten een gegronde klacht moeten formuleren. Het is daarom aangewezen deze termijnen niet in het verlengde van elkaar te laten lopen, maar te laten samenvallen.

Een tweede bedenking houdt verband met de maximumbedragen die worden vastgesteld. Het onderzoek in deze masterproef heeft uitgewezen dat kandidaten gemiddeld slechts één vierde van het toegestane maximumbedrag spenderen. Op lijstniveau ligt dit percentage wat hoger, namelijk op zevenenvijftig percent. Bijkomend is gebleken dat vijftientig percent van de kandidaten minder dan 1.000 euro uitgeven aan hun verkiezingscampagne, terwijl het laagste maximumbedrag voor Limburg 1.250 euro bedraagt. Deze cijfers duiden er naar mijn mening op dat de maximumbedragen op een te hoog niveau worden vastgesteld. Vooral op kandidaat niveau worden de toegelaten bedragen gemiddeld genomen niet eens benaderd. Het lijkt me aangewezen de maximumbedragen een stuk te verlagen zodat kandidaten en lijsten worden gedwongen er rekening mee te houden en deze hen enigszins afremmen in hun uitgavegedrag.

## Lijst van geraadpleegde werken

- Ackaert, J., Reynaert, H., De Ceuninck, K., Steyvers, K., & Valcke, T. (2007). De gemeenteraadsverkiezingen van 8 oktober 2006 [Elektronische versie]. *Res Publica*, 2007(2-3), 413-442.
- Agresti, A. (2002). *Categorical Data Analysis Second Edition*. New Jersey, Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- Cox, G.W. & Thies, M.F. (2000). How much does money matter?: "Buying" votes in Japan, 1967-1990 [Elektronische versie]. *Comparative Political Studies*, 33(1), 37-57.
- Decreet houdende de organisatie van de lokale en provinciale verkiezingen. (2011, 8 juli). *Belgisch Staatsblad*. Opgevraagd op 12 april, 2012, via just.fgov.be.
- Fieldhouse, E.A., Johnston, R.J., & Pattie, C.J. (1995). Winning the local vote: The effectiveness of constituency campaign spending in Great Britain, 1983-1992 [Elektronische versie]. *The American Political Science Review*, 89(4), 969-983.
- Gerber, A. (1998). Estimating the effect of campaign spending on senate election outcomes using instrumental variables [Elektronische versie]. *The American Political Science Review*, 92(2), 401-411.
- Jacobson, G.C. (1978). The effects of campaign spending in congressional elections [Elektronische versie]. *The American Political Science Review*, 72(2), 469-491.
- Johnston, R., Pattie, C. (2008). How much does a vote cost? Incumbency and the impact of campaign spending at English general elections [Elektronische versie]. *Journal of Elections, Public Opinion & Parties*, 18(2), 129-152.
- Maddens, B. (2004). Het effect van verkiezingsuitgaven. Een verkennend onderzoek op basis van de aangiften bij de lokale verkiezingen van 8 oktober 2000 [Elektronische versie]. *Res Publica*, 46(1), 56-79.
- Maddens, B., Put, G., Vanlangenakker, I. (2010). De uitgaven van de Vlaamse partijen voor de federale verkiezingen van 13 juni 2010 [Elektronische versie]. *Leuven: Vlaams Instituut voor Economie en Samenleving (Vives)*.
- Maddens, B., & Weekers, K. (2006). De verkiezingsuitgaven voor de gemeenteraadsverkiezingen van 8 oktober 2006 in de 13 Vlaamse centrumsteden [Elektronische versie]. *Centrum voor Politicologie K.U. Leuven*, 1-15.

- Maddens, B., & Weekers, K. (2009). *Het geld van de partijen*. Leuven: Acco.
- Palda, F. & Palda, K. (1998). The impact of campaign expenditures on political competition in the French legislative elections of 1993 [Elektronische versie]. *Public Choice*, 94(1/2), 157-174.
- Samuels, D. (2001). When does every penny count?: Intra-party competition and campaign finance in Brazil [Elektronische versie]. *Party Politics*, 7(1), 89-102.
- Sudulich, M.L., Wall, M. (2011). How do candidates spend their money? Objects of campaign spending and the effectiveness of diversification [Elektronische versie]. *Electoral Studies*, 30, 91-101.
- Vlaamse partijen besteedden 15,4 miljoen aan kiescampagne van 7 juni. (2009, 16 november). *De Standaard*. Opgevraagd op 12 april, 2012, via <http://www.destandaard.be>.
- Wet betreffende de beperking en de controle van de verkiezingsuitgaven voor de verkiezingen van de federale kamers, de financiering en de open boekhouding van de politieke partijen. (1989, 4 juli). *Belgisch Staatsblad*. Opgevraagd op 4 oktober, 2012, via [just.fgov.be](http://just.fgov.be).
- Wet van 19 mei 1994 tot regeling van de verkiezingscampagne en tot beperking en aangifte van de verkiezingsuitgaven voor de verkiezingen van het Vlaams Parlement, het Waals Parlement, het Brussels Hoofdstedelijk Parlement en het Parlement van de Duitstalige Gemeenschap, alsmede tot vaststelling van de toetsingsnorm inzake officiële mededelingen van de overheid. (1994, 19 mei). *Belgisch Staatsblad*. Opgevraagd op 4 oktober, 2012, via [just.fgov.be](http://just.fgov.be).

## Bijlage 1: Maxima gemeenteraadsverkiezingen 14 oktober 2012

provincie Limburg			
gemeente	aantal ingeschreven kiezers	maximumbedrag lijst	maximumbedrag kandidaten
Alken	9.017	10.313,60	1.250,00
As	6.060	7.948,00	1.250,00
Beringen	32.999	35.398,90	2.639,92
Bilzen	24.076	25.583,60	1.926,08
Bocholt	9.381	10.604,80	1.250,00
Borgloon	8.468	9.874,40	1.250,00
Bree	11.852	12.952,00	1.250,00
Diepenbeek	14.461	15.561,00	1.250,00
Dilsen-Stokkem	14.452	15.552,00	1.250,00
Genk	45.730	49.976,00	3.658,40
Gingelom	6.475	8.280,00	1.250,00
Halen	7.337	8.969,60	1.250,00
Ham	8.082	9.565,60	1.250,00
Hamont-Achel	8.396	9.816,80	1.250,00
Hasselt	58.984	65.880,80	4.269,52
Hechtel-Eksel	8.879	10.203,20	1.250,00
Heers	5.642	7.613,60	1.250,00
Herk-De-Stad	9.808	10.946,40	1.250,00
Herstappe	77	207,90	1.250,00
Heusden-Zolder	23.951	25.446,10	1.916,08
Hoeselt	7.570	9.156,00	1.250,00
Houthalen-Helchteren	22.418	23.759,80	1.793,44
Kinrooi	8.379	9.803,20	1.250,00
Kortesseem	6.723	8.478,40	1.250,00
Lanaken	16.793	17.893,00	1.343,44
Leopoldsburg	11.572	12.672,00	1.250,00
Lommel	23.490	24.939,00	1.879,20
Lummen	11.465	12.565,00	1.250,00
Maaseik	17.694	18.794,00	1.415,52
Maasmechelen	25.834	27.517,40	2.066,72
Meeuwen-Gruitrode	9.978	11.082,40	1.250,00
Neerpelt	11.412	12.512,00	1.250,00
Nieuwerkerken	5.358	7.386,40	1.250,00
Opglabbeek	7.658	9.226,40	1.250,00
Overpelt	10.429	11.529,00	1.250,00
Peer	12.497	13.597,00	1.250,00
Riemst	11.251	12.351,00	1.250,00
Sint-Truiden	31.667	33.933,70	2.533,36
Tessenderlo	14.229	15.329,00	1.250,00
Tongeren	24.238	25.761,80	1.939,04
Voeren	3.168	5.084,80	1.250,00
Wellen	5.878	7.802,40	1.250,00
Zonhoven	16.292	17.392,00	1.303,36
Zutendaal	5.312	7.349,60	1.250,00



## Bijlage 2: Vergelijkingen Limburgse partijen

<b>GEMEENTE</b>	<b>LIJST</b>	<b>OVEREENKOMENDE PARTIJ</b>	<b>CODE</b>
Zutendaal	Samen Zutendaal	SP.A	4
Wellen	SP.A-ROB	SP.A	4
Voeren	Voerbelangen	N-VA	2
Tessenderlo	SP.A-SPIL	SP.A	4
Overpelt	LIJST VISSERS	Vlaams Belang	3
Overpelt	OPEN-LIJST	Open VLD	1
Opglabbeek	N-VA & Nivo 21	N-VA	2
Meeuwen-Gruitrode	MG	Open VLD	1
Maaseik	VOORUIT!	SP.A	4
Lommel	Lijst Burgemeester	SP.A	4
Leopoldsburg	Lijst Burgemeester	SP.A	4
Leopoldsburg	PRO Leopoldsburg	Open VLD	1
Lanaken	Open VLD-Lanaken	Open VLD	1
Lanaken	CD&V-Lanaken	CD&V	6
Hoeselt	N-VA/Nieuw	N-VA	2
Hoeselt	BEST Hoeselt	CD&V	6
Hoeselt	VLD-plus	Open VLD	1
Heusden-Zolder	CD&V-Plus	CD&V	6
Herk-de-Stad	N-VA Nieuw	N-VA	2
Herk-de-Stad	SP.A Herk-de-Stad	SP.A	4
Heers	SP.A-Dumont	SP.A	4
Hechtel-Eksel	HE	Open VLD	1
Hasselt	Groei met Open VLD	Open VLD	1
Halen	HVB	Vlaams Belang	3
Gingelom	SP.A-Goesting	SP.A	4
Genk	Open VLD Iedereen	Open VLD	1
Dilsen-Stokkem	Vooruit 2012	SP.A	4
Dilsen-Stokkem	Leefbaar D-S	Vlaams Belang	3
Bree	Vlaams Belang-LB	Vlaams Belang	3
Bree	Verjonging	Open VLD	1
Borgloon	Open VLD-Stroop	Open VLD	1
Bocholt	Nieuwe Unie	Open VLD	1
Bocholt	VIA	CD&V	6
Bilzen	CD&V-Nieuw	CD&V	6
Beringen	VBLD	Vlaams Belang	3

### Bijlage 3: Uitleg bij logistische regressie

Model:

$$\text{logit}(\pi) = \alpha + \beta_1 * \text{uitgave} + \beta_2 * \text{rest}$$

Per definitie is dit:

$$\log\left(\frac{\pi}{1-\pi}\right) = \alpha + \beta_1 * \text{uitgave} + \beta_2 * \text{rest}$$

waarbij  $\pi$  de kans is om verkozen te geraken en  $1 - \pi$  de kans is om niet verkozen te geraken.

Als we dan aan beide kanten de exponent nemen, krijgen we:

$$\frac{\pi}{1-\pi} = e^{\alpha + \beta_1 * \text{uitgave} + \beta_2 * \text{rest}}$$

Stel dat we een verhoging van 1.000 euro bij de absolute uitgaven hebben, dan krijgen we:

$$\begin{aligned}\frac{\pi}{1-\pi} &= e^{\alpha + \beta_1 * (\text{uitgave} + 1000) + \beta_2 * \text{rest}} \\ &= e^{\alpha + \beta_1 * \text{uitgave} + \beta_1 * 1000 + \beta_2 * \text{rest}} \\ &= (e^{\alpha + \beta_1 * \text{uitgave} + \beta_2 * \text{rest}}) * e^{\beta_1 * 1000}\end{aligned}$$

Aangezien  $\beta_1 = 0,001$  geeft  $0,001 * 1000 = 1$ . Dit is een benadering van  $\exp(\beta_1)$  in de tabel die 1,001 bedraagt. Verder kunnen we uitrekenen dat  $e^1 \approx 2,70$ .

Interpretatie:

Gegeven dat de overige variabelen in het model constant zijn en gegeven dat persoon A 1.000 euro meer spendeert dan persoon B, is de kans dat persoon A verkozen geraakt 2,70 keer hoger dan de kans dat persoon B verkozen geraakt.

Bron: Agresti, A. (2002). *Categorical Data Analysis Second Edition*. New Jersey, Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.

## Auteursrechtelijke overeenkomst

Ik/wij verlenen het wereldwijde auteursrecht voor de ingediende eindverhandeling:

**De effectiviteit van lokale kiescampagnes.**

Richting: **master in de toegepaste economische wetenschappen-beleidsmanagement**

Jaar: **2013**

in alle mogelijke mediaformaten, - bestaande en in de toekomst te ontwikkelen - , aan de Universiteit Hasselt.

Niet tegenstaand deze toekenning van het auteursrecht aan de Universiteit Hasselt behoud ik als auteur het recht om de eindverhandeling, - in zijn geheel of gedeeltelijk -, vrij te reproduceren, (her)publiceren of distribueren zonder de toelating te moeten verkrijgen van de Universiteit Hasselt.

Ik bevestig dat de eindverhandeling mijn origineel werk is, en dat ik het recht heb om de rechten te verlenen die in deze overeenkomst worden beschreven. Ik verklaar tevens dat de eindverhandeling, naar mijn weten, het auteursrecht van anderen niet overtreedt.

Ik verklaar tevens dat ik voor het materiaal in de eindverhandeling dat beschermd wordt door het auteursrecht, de nodige toelatingen heb verkregen zodat ik deze ook aan de Universiteit Hasselt kan overdragen en dat dit duidelijk in de tekst en inhoud van de eindverhandeling werd genotificeerd.

Universiteit Hasselt zal mij als auteur(s) van de eindverhandeling identificeren en zal geen wijzigingen aanbrengen aan de eindverhandeling, uitgezonderd deze toegelaten door deze overeenkomst.

Voor akkoord,

**Muermans, Hanne**

Datum: **31/05/2013**