

NIEUWS

Een politieke advertentie op Facebook heeft effect – voor een oppositiepartij dan



D66-fractievoorzitter Rob Jetten tijdens de aftrap van de verkiezingscampagne. Beeld ANP

Vrijwel alle partijen gebruikten in aanloop naar de Tweede Kamerverkiezingen de algoritmes van Facebook om advertenties bij de juiste kiezers te doen belanden. Uit onderzoek blijkt dat coalitiepartijen geen extra stemmen trokken door die investering, maar bij de oppositie was er wel een effect.

Frank Hendrickx en Pieter Sabel 15 juni 2021, 5:00

De honderdduizenden euro's aan politieke advertenties op

advertenties zag van een oppositiepartij op Facebook was iets meer geneigd om op die partij te gaan stemmen. Voor regeringspartijen had adverteren weinig zin. Advertenties zien van een coalitiepartij had geen effect op het stemgedrag.

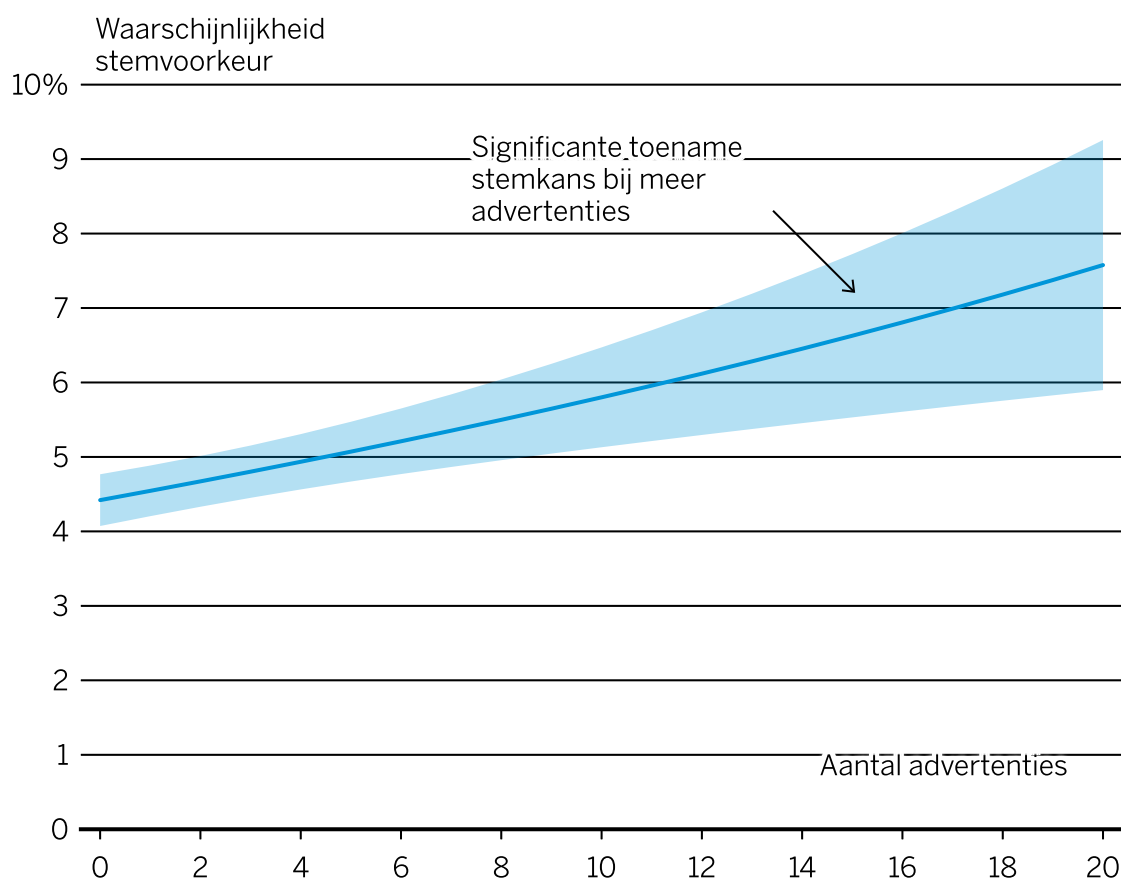
Dat blijkt uit onderzoek dat *de Volkskrant* deed naar politieke advertenties op Facebook in aanloop naar en vlak na de Tweede Kamerverkiezingen van maart dit jaar. Het onderzoek is uitgevoerd met onderzoeksbureau I&O Research en de Universiteit van Amsterdam. De afgelopen twee maanden zijn de verzamelde data bestudeerd.

582 mensen installeerden een plug-in in hun webbrowser om bij te houden welke advertenties van politieke partijen zij op Facebook te zien krijgen. Tijdens de campagne beantwoordde het panel verschillende keren vragen over hoe waarschijnlijk het is dat deze kiezers op een bepaalde partij stemmen.

Uiteindelijk deden 419 kiezers mee aan de laatste enquêteronde. Mensen die veel advertenties zagen van een oppositiepartij, vonden het steeds waarschijnlijker dat ze daadwerkelijk op die partij zouden stemmen. Het effect is weliswaar niet groot, maar wel significant en dus niet toevallig. 'Het is heel bijzonder dat we dit nu daadwerkelijk vinden op basis van dit onderzoek', zegt hoogleraar Rens Vliegthart, die het onderzoek namens de UvA leidde.

Oppositiepartijen hebben baat bij advertenties

Waarschijnlijkheid stemvoorkeur voor oppositiepartij (in procenten) afgezet tegen het aantal getoonde advertenties



Het blauwe gebied: 95% betrouwbaarheidsinterval.

© de Volkskrant. Bron: Onderzoek I&O Research, Universiteit van Amsterdam, de Volkskrant

Bij de oppositiepartijen die er in slaagden om de overtuiging bij hun achterban aan te wakkeren zaten ook een aantal partijen die voor het eerst meededen aan Tweede Kamerverkiezingen. Door de bank genomen krijgen die wat minder aandacht in traditionele media dan zittende partijen. Zij moeten het dus hebben van hun eigen kanalen op sociale media, wat een deel van de verklaring kan zijn voor het effect, zegt Vliegthart. 'Andersom werkt dat ook zo: omdat de zittende partijen in andere media meer aandacht krijgen, hoeven ze het minder te hebben van sociale media.'

CDA gaf het meeste uit

Vrijwel alle partijen gebruikten de algoritmes van Facebook om advertenties bij de juiste kiezers te doen belanden. Als adverteerder

platform belooft daarna de advertentie te tonen aan een zo relevant mogelijke doelgroep.

Omdat Facebook de accounts van gebruikers afschermt, is van buitenaf niet te zien welke gebruiker welke advertentie te zien krijgt en waarom. De enige manier om daar inzicht in te krijgen is dus door van binnenuit mee te kijken, vandaar de geïnstalleerde plug-in.

Het CDA gaf veruit het meest uit aan advertenties op Facebook en Instagram; bij elkaar iets meer dan 400 duizend euro. Ter vergelijking: D66 volgt daarna met bijna 109 duizend euro, en coalitiegenoot VVD gaf 31.400 uit. Binnen de groep kiezers die meewerkte aan het experiment wist het CDA met die uitgaven weinig mensen te bereiken die zeiden CDA te gaan stemmen. Daarmee is niet uit te sluiten dat de campagne wel effect had, de groep kiezers die de plug-in installeerde vormt geen representatieve steekproef van de Nederlandse stemgerechtigden.

Tom Louwerse, universitair hoofddocent politicologie aan de Universiteit Leiden en niet betrokken bij het onderzoek, noemt de uitkomsten van het onderzoek interessant. 'Dat partijen er kennelijk via advertenties op Facebook in slagen om hun kiezers te bereiken en die weten vast te houden laat het nut zien van het instrument.'

Hij wijst er wel op dat de advertenties op Facebook maar een klein deel van de campagne laten zien. Politici maken ook veelvuldig gebruik van hun eigen kanalen zonder dat ze ervoor betaalden. Zo geeft de PVV niets uit aan advertenties op Facebook, maar weet partijleider Wilders met zijn eigen pagina een enorm publiek te trekken. 'En we hebben maar een heel beperkt beeld van de digitale wereld van andere mensen. In traditionele media bestaat een gedeelde ruimte, je ziet, kijkt of hoort hetzelfde. Online is dat veel meer gefragmenteerd.'

De campagne was digitaler dan ooit

Door de covid-19-pandemie was de campagne digitaler dan ooit. Politici stonden niet in zaaltjes mensen toe te spreken, konden niet
fluisteren in winkels en niet langsdouwen. Op Facebook het

advertentienetwerken ter wereld, liggen politieke advertenties onder een vergrootglas. Het Britse Channel 4 onthulde in 2018 hoe partijen in bijvoorbeeld de Verenigde Staten met precieze profilering soms tot op het allerkleinste niveau kiezers proberen te beïnvloeden.

Dit onderzoek geeft geen aanleiding om te denken dat dat tijdens de campagne voor de Tweede Kamerverkiezingen in Nederland gebeurde. Vliegenthart: 'We zagen dat bijvoorbeeld de Partij van de Arbeid kiezers van GroenLinks probeert te bereiken, maar dat is geen heel verrassende uitkomst. Boven deze manier van gericht adverteren hangt de zweem dat kiezers vanzelf wel op je gaan stemmen als je ze maar vaak genoeg dezelfde boodschap laat zien. We weten uit onderzoek: dat is gewoon niet zo.'

Met medewerking van Xander van Uffelen.

Lees ook

VVD en FvD geven laatste twee dagen campagne fors meer uit aan advertenties op sociale media

Online proberen partijen elke kiezer de juiste boodschap te sturen. Maar goed gemikt is lang niet altijd raak

Politieke partijen willen liever niet dat u dit weet: de geruisloze strijd om uw stem via Facebook



Nieuws & Achtergrond

NORD STREAM 2

Langs de pijp die Europa gas brengt (en Poetin meer macht) stoken de Russen nog op hout

NIEUWS

MEER >



Marokkaanse koning maakt einde aan extreem hoge ticketprijzen, met run op vluchten tot gevolg



Gerechtshof verwijst zaak over 5G-verbod door naar bestuursrechter



Live: Mondkapjesplicht in Israël ten einde • Koning plant eerste staatsbezoek sinds coronacrisis



Landelijke telefoonstoringen bij diverse organisaties: waarschijnlijk door problemen bij T-Mobile



Kunstenaar Jeff Koons troefde Rijksmuseum af op veiling, maar leent 'Hollandse Michelangelo' binnenkort uit



Omstreden Republikeins parlamentslid Greene maakt excuses voor Holocaust-vergelijking



Oppositiepartijen wisten met gerichte Facebookadvertenties extra stemmen te winnen



Malta eerste 'groene' bestemming in Europa, reisadvies aangescherpt voor het VK



Waar kunt u naartoe deze zomervakantie, en wat mag in vakantielanden wel en niet?



REPORTAGE

Hoera, de horeca is open – maar wie tapt het hier? ('En de afwasser

V
Live

Editie

Best gelezen

Zoeken

Service



NIEUWS

De crisis bij het CDA maakt de toch al haperende kabinetsformatie zo mogelijk nog complexer

BEST GELEZEN

MEER >

- 1 Janssen-vaccin ideaal voor mensen die snel op reis willen? Dit zijn de addertjes onder het gras
- 2 'Met zulke politiek wil ik niks te maken hebben' - CDA-stemmers over Omtzigt-gate
- 3 Hoe de politie Farmers Defence Force helpt de krant tegen te werken

MEER NIEUWS & ACHTERGROND

Wilt u belangrijke informatie delen met de Volkskrant?

[Tip hier onze journalisten](#)

Algemeen

[Contact met de redactie](#)

[Contact met de klantenservice](#)

[Privacystatement](#)

[Abonnementsvoorwaarden](#)

[Gebruiksvoorwaarden](#)

[Cookiebeleid](#)

[Cookie-instellingen](#)

[Colofon](#)

Service

[Klantenservice](#)

[Mijn account](#)

[Vakantieservice](#)

[Adverteren](#)

[Losse verkoop](#)

Meer de Volkskrant

[Abonneren](#)

[Nieuwsbrieven](#)

[Digitale krant](#)

[Webwinkel](#)

[Inclusief](#)

[RSS-feeds](#)

[Facebook](#)

[Twitter](#)

[Android apps](#)

[iOS apps](#)

Recensies

De Volkskeuken

Archief

Op alle verhalen van de Volkskrant rust uiteraard copyright. Linken kan altijd, eventueel met de intro van het stuk erboven.

Wil je tekst overnemen of een video(fragment), foto of illustratie gebruiken, mail dan naar copyright@volkskrant.nl.

© 2021 DPG Media B.V. - alle rechten voorbehouden