

Persbericht 10 oktober 2025, 13:00u

Voor directe publicatie

De invoering van transparantie over politieke reclames heeft nog last van kinderziektes.

Het recht op informatie voor kiezers om te weten hoe en door wie hun mening of stem mogelijk wordt beïnvloed is vanaf 10 oktober 2025, een stukje beter beschermd. Vanaf vandaag is de Europese verordening over politieke reclames in werking getreden. Alle politieke reclames die je hier te zien krijgt moeten vanaf nu voorzien zijn van een label zodat ze te herkennen zijn als politieke reclame en je makkelijk kunt zien wie ervoor heeft betaald. Daarnaast moet er verwezen worden naar de plek waar transparantieverklaringen te vinden zijn. Hier staat hoeveel geld er betaald is voor de advertenties (binnen een campagne). Het totaalbedrag dat getoond wordt is een optelsom van de waarde van alle vormen van reclame in de publieke ruimte binnen die campagne, dus zowel radio als televisie, online en offline (print en outdoor).

Dat levert al meteen leuke inzichten op, zo is voor de komende verkiezingen het reclamebudget van de grote partijen (tot nu toe) als volgt. Het hogere tweede bedrag in de verklaring is inclusief dienstverlening zoals productiekosten:

D66	€ 2.204.352	VVD	€ 1.216.000
CDA	€ 595.000	GL/PvdA	€ 1.121.315
Volt	€ 173.697	JA21	€ 300.000

bron: politiekereclame.nl - transparantieverklaringen (versies van 9-10-2025 22:00u)

Een tweede onderdeel van de nieuwe regels is dat de manier van targeting aan banden is gelegd. Zo is het niet meer toegestaan om te profileren op basis van bijzondere persoonskenmerken, zelfs als de gegevens met toestemming zijn verzameld.

“Bijzondere persoonsgegevens zijn gegevens waaruit ras of etnische afkomst, politieke opvattingen, religieuze of levensbeschouwelijke overtuigingen, of het lidmaatschap van een vakbond blijken, of gegevens over gezondheid, of met betrekking tot iemands seksueel gedrag of seksuele gerichtheid.”¹

De transparantieverplichtingen en de beperkingen op het gebied van targeting hebben grote bedrijven die reclameruimte en hele gerichte targeting verkopen voor een grote uitdaging

¹ Verordening(EU) 2016/679 artikel 9



OPEN STATE FOUNDATION

gesteld. Zo'n grote uitdaging zelfs dat diverse grote platforms eieren voor hun geld kozen en politieke reclames in de ban hebben gedaan.²³

In Nederland hebben de grote advertentie aanbieders ervoor gekozen om samen te werken. Hierdoor hebben zij nu één transparantielabel voor alle reclames. Daarnaast hebben zij samen de website politiekereclame.nl opgezet waarop de transparantieverklaringen van de inkopers van advertenties worden gepubliceerd. De verantwoordelijkheid voor de juiste informatie hierin ligt bij de opdrachtgever van de advertentie(campagne).

Reactie Open State Foundation

Transparantie rondom politieke advertenties is essentieel voor de bescherming van onze democratie. Dit is dus een belangrijke stap voorwaarts, maar verdere aanscherping is nog nodig.

Is de implementatie nu op het niveau dat we de informatie kunnen vinden en zien waar we recht op hebben? Helaas is het antwoord nee; Met de huidige implementatie voldoen de reclamebedrijven en de opdrachtgevers van politieke reclames nog niet aan de Europese wetgeving. Dat ligt aan twee dingen, de onvolledigheid van de transparantielabels en de transparantieverklaringen.⁴

Het is dan ook nodig dat de drie toezichthoudende organisaties, de Autoriteit Persoonsgegevens, de Autoriteit Consument en Markt en het Commissariaat van de Media snel in gezamenlijkheid hun verantwoordelijkheid gaan oppakken en de markt helpen om dit juist te doen.

Op de website politiekereclame.nl staat een toolkit met voorbeelden van labels die gebruikt worden. Deze zijn echter niet verplicht, elke leverancier mag zijn eigen keuzes maken.

Komen de Nederlandse labels uit deze toolkit overeen met wat is voorgeschreven?⁵

Het antwoord is nee⁶. De Europese Commissie heeft een model voorgeschreven met daarin een aantal elementen. Zoals je hieronder kunt zien in de vergelijking tussen het voorgeschreven label en het in Nederland gebruikte label, ontbreekt nog de verplichte

² <https://about.fb.com/news/2025/07/ending-political-electoral-and-social-issue-advertising-in-the-eu/>

³ <https://support.google.com/adspolicy/answer/16409999?hl=nl>

⁴ Informatie over het bereik en de interactie met advertenties is een optioneel transparantie vereiste indien technisch haalbaar. Wij achten dit zeker haalbaar en hopen dit dan ook snel ook die informatie openbaar te zien.

⁵ Uitvoeringsverordening (EU) 2025/1410

⁶ Toolkit op <https://politiekereclame.nl/adverteerders/toolkit>; laatst geraadpleegd 9-10-2025 21:43u



informatie over welke targeting techniek is toegepast en wie de opdrachtgever is. Ook bevat het label nu een website adres en nog geen klikbare weblink.⁷

1. Model voor visuele labels¹

POLITIEKE RECLAMEBOODSCHAP²

(gebruik van **targeting** en/of **reclameaanlevering** op basis van **PERSOONSgegevens**)³

- De opdrachtgever is [a) **BEDRIJFSNAAM** van de juridische entiteit, of b) **VOORNAAM EN ACHTERNAAM** van de natuurlijke persoon]⁴
- (De opdrachtgever staat onder zeggenschap van [a) bedrijfsnaam van de juridische entiteit, of b) voornaam en achternaam van de natuurlijke persoon])⁵
- (De reclameboodschap houdt verband met [titel en datum van de verkiezing(en)] of [naam van het wetgevings- of regelgevingsinitiatief])⁶

Meer informatie via [weblink]⁷

Label uit de toolkit op politiekereclame.nl



Dit is een politieke reclameboodschap in het kader van de Tweede Kamerverkiezingen. Meer informatie op politiekereclame.nl

En voldoen de transparantieverklaringen aan de eisen om goede informatie te bieden?

Ook hierop is het antwoord helaas nee. Een klein punt is bijvoorbeeld dat we niet zien of de bedragen inclusief of exclusief btw zijn en of en hoe er voordelen in natura zijn berekend. Elke verklaring moet daarnaast verwijzen naar officiële bronnen met informatie over de verkiezingen waar het om gaat.⁸ Dit staat nu enkel op de voorpagina, terwijl dit kan verschillen per campagne en dus per verklaring. Zo kan een politieke reclame zich ook richten op de inspraakprocedure bij een gemeente, bijvoorbeeld bij de bouw van een azc of het kan zich richten op het beïnvloeden van een internetconsultatie.

Op 8 oktober is een extra 'guidance' over hoe de verordening uitgelegd moet worden gepubliceerd door de Europese Commissie. Deze heeft echter geen significante wijzigingen gebracht sinds de eerdere uitvoeringsverordening van juli van dit jaar⁹, wel is er

⁷ In de uitwerking zien we dat diverse bedrijven hier anders mee omgaan. Zo hebben advertenties via ster.nl van optout advertising een overlay met wel een klikbare i die je naar de verplichte informatie brengt, andere leveranciers die via ster.nl adverteren hebben dit dan weer niet.

⁸ Let op, ook andere wetgevingsprocessen kan een campagne op gericht worden, bijvoorbeeld een referendum maar ook een internetconsultatie of een burgerparticipatie/inspraak traject.

⁹Uitvoeringsverordening (EU) 2025/1410



extra verheldering toegevoegd. Bijvoorbeeld voor influencers die politieke reclames verkopen. Zo wordt duidelijk dat influencers, hoewel ze als micro-onderneming minder administratieve lasten opgelegd krijgen, wél transparantieverklaringen moeten publiceren. Omdat het centrale Europese register nog niet gereed is zullen de transparantieverklaringen over door hen verkochte advertenties in eerste instantie nog lastig vindbaar zijn.

Voldoen de politieke adverteerders in Nederland nu aan de nieuwe regels?

Het lijkt erop dat de grote landelijke partijen duidelijk weten welke informatie zij moeten aanleveren. Ten tijde van het schrijven van dit persbericht ontbreken er echter nog wel veel politieke partijen, mogelijk zijn hun advertentiecampagnes nog niet gestart of maken zij gebruik van andere advertentiebureaus die hun eigen website gebruiken voor het publiceren van de transparantieverklaring. Zonder het EU register zou voor een volledig beeld elk reclamebureau en elke marktpartij die reclames uitlevert aan burgers binnen de EU, en specifiek nu in Nederland, bevraagd moeten worden. De verordening geeft maatschappelijke organisaties zoals de onze en journalisten die mogelijkheid. Echter is de termijn waarop zulke vragen beantwoord moeten worden opgeschreven als onvervuld maar uiterlijk binnen een maand. Dit hebben wij op dit moment dan ook niet gedaan. Deze vraag is dus op dit moment niet te beantwoorden.

NIET VOOR PUBLICATIE

Voor meer informatie en toelichting