

Terugblik Mediabestedingen Gemeenteraadsverkiezingen 2018

Over een paar weken mogen we weer naar de stembus. Niet om onze stempel te drukken op de landelijke politiek, maar voor de eigen gemeente. De komende weken houdt Adfact de uitingen van de verschillende (voornamelijk grote, landelijke) partijen in de gaten. Voor deze eerste editie in de reeks 'verhalen': een terugblik op de (bruto) mediabestedingen tijdens de vorige gemeenteraadsverkiezingen, van 2018. Toen werden deze verkiezingen in 335 gemeenten gehouden, in week 12, op 21 maart.

In de aanloop naar de gemeenteraadsverkiezingen van 2018 begonnen de eerste advertentie uitingen van de verschillende partijen op 09.02. De laatste advertenties gericht op de verkiezingen, uitingen met voornamelijk 'bedankt voor het stemmen' en aanzetten/ motiveren van het lid worden van een partij', werden gepubliceerd op 29.03 (de verkiezingsdag was 21.03).

Adfact heeft voor de uitingen rondom de verkiezingen in 2018 gekeken naar advertenties op tv, radio, in dagbladen, out of home (zoals buitenreclame enabri's) en in bioscopen. Online uitingen (en de daarbij behorende bestedingen) zijn niet meegenomen in dit onderzoek.

Tijdens de verschillende campagnes in 2018 registreerde Adfact de meeste uitgaven voor uitingen in de categorie 'Out of Home': meer dan 2.35 miljoen euro. In totaal werd er ruim 5,2 miljoen euro (bruto) uitgeven aan advertenties.

Top 10 Bruto Mediabestedingen Politieke Partijen Gemeenteraadsverkiezingen 2018

	Partij	Bruto mediabestedingen offline gemeenteraadsverkiezingen 2018
1.	D66	Bijna 3 miljoen euro
2.	VVD	Bijna 1.3 miljoen euro
3.	CDA	Bijna 280 duizend euro
4.	SP	Bijna 220 duizend euro
5.	PVDA	Ruim 170 duizend euro
6.	Groenlinks	Bijna 150 duizend euro
7.	Partij voor de Dieren	Bijna 100 duizend euro
8.	Leefbaar Rotterdam	Bijna 40 duizend euro
9.	Beter voor Dordt	Bijna 20 duizend euro
10.	Leefbaar Alkmaar	Ruim 18 duizend euro