

## D66 grootste offline adverteerder gemeenteraadsverkiezingen

Wormerveer, 1 april 2022 - D66 heeft rondom de gemeenteraadsverkiezingen bruto het meest uitgegeven aan (offline) advertenties. De politieke partij was goed voor bijna 40% van alle mediabestedingen, gevolgd door GroenLinks. Door de landelijke politieke partijen is in totaal ruim 5,8 miljoen euro bruto uitgegeven aan advertenties in traditionele media (radio, televisie, bladen), Out of Home (zoals Abri's) en bioscoopreclame. Dit blijkt uit data van monitoring bedrijf Adfact.

Om tot deze data te komen deed Adfact onderzoek naar de offline bruto mediabestedingen van de verschillende landelijke politieke partijen rondom de gemeenteraadsverkiezingen van maart, van week 2 (10 januari) tot vlak na de verkiezingen (week 11). Het bedrag van ruim 5,8 miljoen euro omvat de bruto mediabestedingen van advertenties op radio, tv, dagbladen, tijdschriften, out of home en bioscoopreclame, online en social advertenties zijn in deze berekeningen dus niet meegenomen. D66 komt vanuit deze data naar voren als grootste besteder met bijna 2,3 miljoen euro (of bijna 40% van alle mediabestedingen).

### Top 5 Mediabestedingen Landelijke Partijen Gemeenteraadsverkiezingen 2022

	Partij	Bruto mediabestedingen	Percentage van geheel
1.	D66	Bijna 2,3 miljoen euro	38,9%
2.	GroenLinks	Ruim 1 miljoen euro	17,1%
3.	VVD	Ruim 985 duizend euro	16,8%
4.	PvdA	Bijna 450 duizend euro	7,7%
5.	SP	Bijna 425 duizend euro	7,3%

### Grootste mediawaarde

Out of home advertising (OOH) had voor de landelijke partijen tijdens deze verkiezingen de grootste mediawaarde. De meeste partijen hadden hier de grootste bestedingen, gevolgd door dagbladen en televisie. Zo heeft D66 bijna de helft van haar budget ingezet aan dagbladen, de andere helft naar tv en OOH. In de 'top 5 grootste besteders' zien we GroenLinks op een tweede plek. De groene partij gaf het meest uit aan advertenties op tv.

### Meeste bestedingen 'last minute'

In de week voor de verkiezingen (week 10, 7 - 13 maart 2022) ziet Adfact de meeste mediabestedingen voorbij komen. Week 10, 'last minute', is goed voor ruim 60% van de totale mediabestedingen van de (landelijke) partijen. Ook in deze week is D66 goed voor de meeste bestedingen: ruim 1,3 miljoen euro (of bijna 38% van de bestedingen van de totale landelijke partijen). Ze wordt hier gevolgd door VVD met ruim 20% van het totaal. In de week van de verkiezingen, week 11 (14 - 20 maart 2022) werd bijna 28% van de totale offline bruto mediabestedingen gedaan. Ook tijdens deze laatste week gaf D66 het meest uit (ruim 45% van alle bestedingen), gevolgd door GroenLinks en VVD.

### Over Adfact

Adfact monitort, rapporteert en analyseert bruto mediabestedingen: op dagelijkse basis alle massamedia binnen 'above the line' (ATL) campagnes in Nederland. Adfact slaat alle televisie- en bioscoop commercials, radiospotjes, dagblad- en tijdschrift advertenties, buitenreclame-, online display- en video uitingen op. Daarnaast verrijkt het bedrijf deze opgeslagen uitingen met informatie over o.a. merk, concern, branche, productlijn, mediawaarde, mediabureau, heading en verschijningsdatum. Daarbovenop kunnen aan reclame-uitingen branchespecifieke kenmerken worden toegevoegd. Tevens is Adfact samen met RTV Monitor, TRCKtrace en SoundAware onderdeel van SoundAware Group.