



# Overzicht begrippen en informatie over gerichte politieke online reclame met persoonsgegevens



Dit is een beknopt overzicht van een aantal begrippen over de Verordening betreffende transparantie en gerichte politieke reclame (VPR) en de Algemene verordening gegevensbescherming (AVG). We lichten de begrippen kort toe met verwijzing naar aanvullende informatie.

De VPR is een Europese verordening die sinds 10 oktober 2025 van kracht is. In de VPR staan specifieke regels om mensen te mogen benaderen met gerichte (getargete) politieke online reclame. Hierbij worden vaak (bijzondere) persoonsgegevens verwerkt. De Autoriteit Persoonsgegevens (AP) houdt toezicht op deze regels als aanvulling op de bestaande regels uit de Algemene verordening gegevensbescherming (AVG). De AP heeft een [leidraad](#) gepubliceerd als toelichting op de regels voor targeting om organisaties op weg te helpen en zo naleving van die regels te bevorderen. Voor organisaties die zich bezighouden met politieke reclame, bijvoorbeeld voor de gemeenteraadsverkiezingen, is het belangrijk om na te gaan welke regels voor hen gelden.

## **Een leidraad is een soort handleiding.**

Begrippen, regels en voorbeelden van een verordening of wet krijgen met een leidraad meer richting. Om organisaties te helpen aan de regels voor online gerichte politieke reclame uit de VPR (en de AVG) te voldoen, heeft de AP de [Leidraad targeting en aanlevering van politieke online reclame](#) gemaakt. We adviseren u om deze te lezen.

## **Bezig met een verkiezingscampagne?**

Op onze website vindt u meer over dit onderwerp: [Verkiezingen | Autoriteit Persoonsgegevens](#)



## 1. Gerichte (getargete) politieke online reclame

De VPR bevat regels voor online gerichte politieke reclame. Deze regels gelden voor een organisatie in het geval dat:

- het gaat om politieke online reclame zoals gedefinieerd in de VPR;
- de organisatie targetingtechnieken of technieken voor de aanlevering van de reclameboodschap inzet;
- de organisatie persoonsgegevens verwerkt bij de inzet van die technieken;
- de organisatie de verwerkingsverantwoordelijke is voor de verwerking van deze persoonsgegevens.

### Wat is gerichte online politieke reclame?

Voorbeelden van online reclame waarbij targeting gebruikt kan worden (maar dat hoeft dus niet):

- gesponsorde berichten die bovenaan een tijdlijn van een socialemediaplatform verschijnen;
- banners of pop-ups in apps en games;
- advertenties die door algoritmes vaker in zoekresultaten of aanbevelingen worden gepusht;
- videoadvertenties die als pre-roll voor content worden afgespeeld.



In paragraaf 4.2 van de [Leidraad targeting en aanlevering van politieke online reclame](#) staat meer informatie over targetingtechnieken en technieken voor aanlevering van een (online) reclameboodschap.



## 2. Politieke reclame

Bij politieke reclame gaat het om de productie, plaatsing, promotie, publicatie, aanlevering of verspreiding, op welke wijze dan ook, van een boodschap die gewoonlijk tegen vergoeding of via interne activiteiten of in het kader van een politieke reclamecampagne wordt overgebracht:

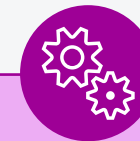
- a. door, voor of namens een politieke actor, tenzij het om een zuiver particuliere of commerciële boodschap gaat; of
- b. die van invloed kan zijn op en bedoeld is om het resultaat van een verkiezing of referendum, stemgedrag of een wetgevings- of regelgevingsproces op Unie-, nationaal, regionaal of lokaal niveau te beïnvloeden.



Ga naar [Commissariaat voor de Media](#) voor meer informatie over [het begrip](#) politieke reclame.



**Let op:** In Nederland is het Commissariaat voor de Media aangewezen als beoogd toezichthouder op de naleving van artikelen 5 t/m 17 en 21 van de VPR. Of sprake is van 'politieke reclame' volgt uit de verordening (artikel 3, tweede lid, VPR) en kan worden getoetst door het Commissariaat en uiteindelijk de rechter. Er kunnen daarom geen rechten worden ontleend aan de beschrijving van het begrip 'politieke reclame'.



## 3. Verantwoordelijke en verwerker

Voert u uw verkiezingscampagne zelf uit?

Of schakelt u daarvoor een bedrijf in dat is gespecialiseerd in marketing en/of sociale media? Het is belangrijk dat u bepaalt welke rol u heeft bij de verwerking van persoonsgegevens tijdens uw verkiezingscampagne. U kunt de verwerkingsverantwoordelijke of verwerker zijn van deze persoonsgegevens. Daarnaast kunt u de verwerkingsverantwoordelijkheid ook delen.

Een verwerkingsverantwoordelijke bepaalt waarom en op welke manier persoonsgegevens gebruikt worden en legt dat bijvoorbeeld vast in een verwerkersovereenkomst, terwijl een verwerker dit slechts uitvoert.



[Verantwoordelijke en verwerker | Autoriteit Persoonsgegevens](#).



In paragraaf 4.3 van de [Leidraad targeting en aanlevering van politieke online reclame](#) staat meer informatie over verwerkingsverantwoordelijkheid.

## 4. Persoonsgegevens



Persoonsgegevens zijn alle gegevens waarmee je iemand direct of indirect kunt herkennen of kunt herleiden over wie het gaat. Bijzondere persoonsgegevens zijn zeer gevoelige gegevens, zoals gezondheid, politieke voorkeur of geloof, die extra bescherming krijgen volgens de AVG. Het is verboden om te profileren met bijzondere persoonsgegevens.



[Wat zijn persoonsgegevens? | Autoriteit Persoonsgegevens](#)

Bij het gebruik van targetingtechnieken kunnen persoonsgegevens worden verwerkt, zoals leeftijd, locatie, interesses en andere informatie over een persoon. Persoonsgegevens omvatten niet alleen directe identificatoren. Denk hierbij aan een naam of adres. Maar ook indirecte identificatoren. Met een IP-adres en identificatiecookies kan een persoon ook worden geïdentificeerd.



In paragraaf 4.2.1 van de [Leidraad targeting en aanlevering van politieke online reclame](#) staat meer informatie over persoonsgegevens.



In paragraaf 5.1.3 van de [Leidraad targeting en aanlevering van politieke online reclame](#) leest u meer over het verbod op bijzondere persoonsgegevens.

## 5. Targeting en targetingtechnieken



In de VPR staan de eisen waaraan organisaties moeten voldoen om mensen te mogen benaderen met gerichte politieke online reclame, bijvoorbeeld via sociale media. 'Gericht' (targeting) houdt in dat de reclame juist wel of niet bij een bepaalde doelgroep terecht komt (ook wel 'targeted ads' genoemd). Denk hierbij aan het richten (targeten) van je reclameboodschap aan jongeren tussen de 18 en 25 jaar in een specifieke stad. Daarnaast stelt de VPR eisen aan de manier waarop deze organisaties informatie moeten geven over hun gerichte online politieke reclame.

De specifieke techniek die je gebruikt voor het richten van je politieke reclameboodschap wordt in de VPR targetingtechniek genoemd.



In paragraaf 5.1 van de [Leidraad targeting en aanlevering van politieke online reclame](#) vindt u meer informatie over de regels voor gericht adverteren.



In paragraaf 4.2 van de [Leidraad targeting en aanlevering van politieke online reclame](#) staat meer informatie over targetingstechnieken en technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap.

## 6. Verhouding tussen de VPR en de AVG



Naast de specifieke regels van de VPR voor politieke online reclame, gelden de regels uit de AVG. Die gelden namelijk voor alle verwerkingen van persoonsgegevens. U moet zich dus niet alleen houden aan de VPR, maar ook aan de AVG.

U moet als [verwerkingsverantwoordelijke](#) bij gerichte online politieke reclame onder meer voldoen aan deze verplichtingen uit de AVG:

- U kunt verplicht zijn een [Data protection impact assessment](#) (DPIA) uit te voeren. Hiermee brengt u vooraf privacyrisico's bij het verwerken van persoonsgegevens in kaart.
- U moet mensen goed informeren en ervoor zorgen dat zij hun privacyrechten kunnen uitoefenen.
- U moet kunnen aantonen hoe u de regels naleeft.



In paragraaf 6 van de [Leidraad targeting en aanlevering van politieke online reclame](#) staat meer informatie over verplichtingen uit AVG en de VPR.

**Let op:** Deze begrippen gaan alleen over regels voor gerichte politieke online reclame en de AVG. De AP houdt op dat deel van de VPR toezicht. Organisaties die zich bezig houden met politieke reclame, moeten zich ook houden aan de andere regels uit de VPR. Het [Commissariaat voor de Media](#) is aangewezen als toezichthouder op deze regels.

