

Vergaderjaar 2020–2021

30 821

Nationale Veiligheid

Nr. 119

BRIEF VAN DE MINISTER VAN BINNENLANDSE ZAKEN EN KONINKRIJKSRELATIES

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 16 november 2020

Met de motie van de leden Middendorp (VVD) en Kuiken (PvdA) over online politieke advertenties¹ verzoeken zij de regering om voor de komende verkiezingen een regeling in te voeren, zodat internetplatformen openbaar toegankelijke archieven met geplaatste politieke advertenties bijhouden en dat per sociale mediabedrijf transparant wordt wat wordt gedaan aan verificatie van politieke advertenties en van financiers van politieke advertenties. Ook vragen zij om vooruitlopend op het Europese Democratie Actieplan een definitie van «online politieke advertenties» voor te stellen en een positie in te nemen over de competentieverdeling tussen Europa en de lidstaten bij het bestrijden van digitale inmenging bij nationale verkiezingen. Zoals aangekondigd tijdens het algemeen overleg Desinformatie en digitale inmenging van 28 oktober jl. breng ik uw Kamer op de hoogte van maatregelen waarmee ik desinformatie richting de verkiezingen tegenga en waarmee ik deze motie uitvoer.

Acties desinformatie Tweede Kamerverkiezingen 2021

In mijn brief van 18 oktober 2019 heb ik de kabinetsbrede strategie tegen desinformatie uiteengezet.² Deze strategie kent drie actielijnen: preventie, informatiepositie verstevigen en (eventueel) reageren. In aanloop naar de verkiezingen zet ik in op de volgende extra acties voor preventie en om de informatiepositie verstevigen en de impact van desinformatie op de Tweede Kamerverkiezingen te minimaliseren:

1. Opstellen Nederlandse gedragscode transparantie politieke advertenties
2. Intensiveren detectiemaatregelen desinformatie
3. Wijziging van de Wfpp
4. Creëren van bewustwording door het opzetten van een informatieve website

¹ Kamerstuk 35 570 VII, nr. 10.

² Kamerstuk 30 821, nr. 91.

Hieronder licht ik deze acties toe.

1. Opstellen Nederlandse gedragscode transparantie politieke advertenties

In hun motie vragen de leden Middendorp (VVD) en Kuiken (PvdA) om een regeling voor openbaar toegankelijke archieven met geplaatste politieke advertentie³. Ik steun dit verzoek en geef hieraan invulling door een Nederlandse gedragscode transparantie politieke advertenties op te stellen. Deze gedragscode richt zich op zowel de internetdiensten als op Nederlandse politieke partijen en kan aansluiten op een onafhankelijke openbare Nederlandse politieke advertentiebibliotheek.

Opstellen van een Nederlandse gedragscode

Allereerst zal ik een onafhankelijke partij vragen om deze Nederlandse gedragscode op te stellen, in samenwerking met de internetdiensten en politieke partijen. Ik hecht eraan dat het opstellen van deze gedragscode op een onafhankelijke manier gebeurt. De politieke partijen die deel uitmaken van het kabinet zijn immers ook afzenders van politieke advertenties.

Rol internetdiensten

Ik heb de internetdiensten die de politieke advertenties aanbieden gevraagd om deel te nemen aan een Nederlandse gedragscode en openbaar toegankelijke archieven met geplaatste politieke advertenties bij te houden. Ik heb de afgelopen jaren gepleit voor meer transparantie over politieke advertenties, zowel in Nederland als in de EU. De internetdiensten hebben hier gehoor aan gegeven, ook naar aanleiding van de Europese gedragscode tegen desinformatie⁴. Zo zijn er inmiddels meerdere openbare advertentiebibliotheek met Nederlandse politieke advertenties en hebben de internetdiensten procedures ingesteld om de advertenties en de financiering daarvan te verifiëren. De leden Middendorp (VVD) en Kuiken (PvdA) vragen hier terecht naar in hun motie. Onderstaande tabel geeft, aanvullend op de bijlage bij de brief van 12 oktober⁵, een overzicht van de ondernomen acties door de internetdiensten. De acties in deze tabel zijn ook in Nederland van toepassing, maar ik zal de internetdiensten vragen hoe zij deze in de Nederlandse context kunnen intensiveren.

Internetdienst	EU Gedragscode ondertekend	Advertentie bibliotheek	Verificatieproces	Overige maatregelen voor politieke advertenties
Facebook (en Instagram)	Ja	Ja ¹	1) de geverifieerde moet een paginabeheerder of adverteerder zijn op de pagina die je gebruikt om de advertenties uit te voeren 2) tweestapsverificatie moet ingeschakeld zijn 3) identificatie (bijvoorbeeld door een officieel identiteitsbewijs) ²	1) Advertenties zijn enkel uit te voeren in de landen waarvoor men geverifieerd is. 2) Een «Betaald door»-disclaimer.

³ Kamerstuk 35 570 VII, nr. 10.

⁴ Zie: https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=59122

⁵ Kamerstukken 30 821 en 35 165, nr. 118

Internetdienst	EU Gedragscode ondertekend	Advertentie bibliotheek	Verificatieproces	Overige maatregelen voor politieke advertenties
Google (en YouTube)	Ja	Ja ³	1) verificatie of de adverteerder in aanmerking komt om verkiezingsadvertenties te plaatsen (door o.a. KvK nummer, adresbewijs aan te leveren) 2) verificatie van de identiteit van aanvrager (o.a. kopie ID bewijs) ook moet de aanvrager een gemachtigde vertegenwoordiger zijn van de organisatie die onder 1 is geverifieerd. ⁴	1) Targeten kan enkel o.b.v. de criteria geografische locatie (met uitzondering van een straal rond een locatie), leeftijd, geslacht, opties voor zogeheten context-targeting, ⁵ 2) «Betaald door»-kennisgeving.
Snapchat	Nee	Ja ⁶	Snapchat geeft aan politieke advertenties per geval te beoordelen en behouden zich het recht voor naar eigen inzicht advertenties te weigeren. ⁷	1) Vermelding van «betaald door», gevolgd door de naam van de betalende persoon of entiteit. ⁸ 2) Geen directe of indirecte betaling door niet in het betreffende land gevestigde buitenlanders of entiteiten.
Twitter, TikTok en LinkedIn	Ja	Nee, want zij staan geen politieke advertenties toe. ⁹	n.v.t.	n.v.t.

¹ Voor advertentie bibliotheek van Facebook zie: https://www.facebook.com/ads/library/?active_status=all&ad_type=political_and_issue_ads&country=NL

² Politieke advertentie beleid Facebook: https://nl-nl.facebook.com/policies/ads/restricted_content/political

³ Politieke advertentie bibliotheek Google: <https://transparencyreport.google.com/political-ads/region/NL>

⁴ Politieke advertentie beleid Google: <https://support.google.com/adspolicy/answer/6014595?hl=nl>

⁵ Bijvoorbeeld advertentieplaatsingen, onderwerpen, zoekwoorden voor sites, apps, pagina's en video's.

⁶ Politieke advertentie bibliotheek Snapchat: <https://www.snap.com/en-US/political-ads>

⁷ <https://www.snap.com/nl-NL/ad-policies/political>

⁸ Politieke advertentie beleid Snapchat: <https://www.snap.com/nl-NL/ad-policies/political>

⁹ Politieke advertentie beleid Twitter: <https://business.twitter.com/en/help/ads-policies/ads-content-policies/political-content.html>

Politieke advertentie beleid TikTok: <https://ads.tiktok.com/help/article?aid=6685586866860720134>

Politieke advertentie beleid LinkedIn: <https://nl.linkedin.com/legal/ads-policy>

Rol Nederlandse politieke partijen

Zoals de leden Middendorp (VVD) en Kuiken (PvdA) terecht aangeven in hun motie dragen ook degenen die politieke advertenties plaatsen verantwoordelijkheid voor transparantie in dat proces. Ik zal de politieke partijen die deelnemen aan de Tweede Kamerverkiezingen van 2021 daarom uitnodigen om deze gedragscode te ondertekenen. Zo kunnen zij zich committeren aan het geven van meer transparantie over hun campagnes.

Steunen van een onafhankelijke openbare Nederlandse politieke advertentiebibliotheek

Ik vind het van belang dat richting de Tweede Kamerverkiezing alle politieke advertenties op één plek te vinden zijn. Zoals eerder aangegeven zijn er al meerdere openbare advertentiebibliotheken met Nederlandse politieke advertenties. Daarnaast steun ik het initiatief van de Universiteit van Amsterdam (UvA) voor een onafhankelijk dashboard voor politieke advertenties in aanloop naar de Tweede Kamerverkiezingen en lever een financiële bijdrage ter ondersteuning van de technische aspecten van dit initiatief. Dit combineert de advertenties uit de advertentiebibliotheken van Facebook, Google en Snapchat met data van partnerorganisatie

WhoTargetsMe⁶. Daardoor ontstaat een overzicht van de variëteit aan politieke advertenties die gericht zijn op Nederlandse burgers.

Bovendien nodig ik onze politieke partijen uit om, als onderdeel van de Nederlandse gedragscode transparantie politieke advertenties, dat zij hun advertenties aanleveren aan deze advertentiebibliotheek van de UvA. Ik nodig onze politieke partijen daarom van harte uit dat te ook doen.

2. Intensiveren detectie maatregelen desinformatie

Onderdeel van de actielijn informatiepositie verstevigen is verbetering van de nationale informatiepositie. Binnen de rijksoverheid worden diverse informatiestromen samengebracht. Het gaat hierbij om het samenbrengen van landen specifieke kennis, inlichtingen, media-analyses en dreigingsbeelden om zo tot een integraal beeld over de dreiging rondom desinformatie te komen. Ook breder wordt ingezet op informatiedeling en kennisuitwisseling, bijvoorbeeld via het Rapid Alert System (RAS) van de EU maar ook in andere internationale verbanden.

Richting de verkiezingen is het extra belangrijk om te weten of er desinformatie rondgaat zodat hier eventueel tegen kan worden opgetreden. Ik zal daarom aanvullend op de bestaande informatiedeling binnen de Nederlandse overheid een onafhankelijke externe partij opdracht geven om op basis van open bronnen te monitoren op de mogelijke verspreiding van desinformatie tijdens de verkiezingen. Daarbij verzoek ik de onderzoekers om hun bevindingen ook te publiceren. Het onderzoek moet zich richten op de manier waarop mogelijke desinformatie verspreid wordt en niet op de inhoud van berichten. Te denken valt aan het gebruik van bots of nepaccounts die op een gecoördineerde manier berichten verspreiden of ervoor zorgen dat berichten populairder lijken dan ze zijn. Hierdoor ontstaat er meer zicht op de oorsprong en verspreiding van desinformatie. Het blijft primair aan de onafhankelijke journalistiek om desinformatie inhoudelijk te adresseren.

3. Inzet op wijziging Wfpp

Naast digitale inmenging kan ook buitenlandse financiering onze democratie rechtsorde verstoren. Het voorstel tot wijziging van de Wet financiering politieke partijen gaat bijdragen aan het beperken van het risico op buitenlandse beïnvloeding van onze democratie. Zo worden giften van buiten de EU en de Europese Economische Ruimte (EER) aan Nederlandse politieke partijen en hun neveninstellingen, met uitzondering van aldaar woonachtige kiesgerechtigden voor de Tweede Kamerverkiezingen, verboden. Voor giften vanuit andere lidstaten van de EU en de EER dan Nederland vervalt de drempel voor openbaarmaking van 4.500 euro per donateur per jaar. Dit betekent dat al deze giften openbaar worden. Het verlagen van deze drempel is ook van toepassing op giften in natura, bijvoorbeeld als er digitale advertentieruimte wordt aangeboden vanuit het buitenland. Verder wordt de transparantie over giften van rechtspersonen vergroot, doordat politieke partijen verplicht worden om te melden wie de uiteindelijk belanghebbenden achter deze rechtspersonen zijn. De Raad van State heeft recentelijk advies uitgebracht over dit wetsvoorstel. Ik ben nu bezig met de verwerking van dit advies en ik ben voornemens om u het wetsvoorstel medio november a.s. toe te sturen. Afhankelijk van het verloop van de parlementaire behandeling van het wetsvoorstel, kan de wijziging van de wet nog voor de verkiezingen van kracht worden.

⁶ WhoTargetsMe is een browserextensie die gebruikers inzicht geeft in welke politieke actoren via Facebook advertenties op hen richten. Zie: <https://whotargets.me/en/>

4. Handvatten voor burgers om informatie op waarde te schatten

Het is belangrijk dat burgers zelf informatie op waarde kunnen schatten. Om burgers hierbij verder te helpen heb ik het Netwerk Mediawijsheid gevraagd om richting de verkiezingen een laagdrempelige, informatieve website te maken waar professionele stakeholders en het algemene publiek informatie kunnen vinden over hoe desinformatie te herkennen en ermee om te gaan, alsmede toelichting over wat relevante organisaties hieraan doen.

Europees Democratie Actieplan

In het tweede deel van de motie vragen de leden Middendorp (VVD) en Kuiken (PvdA) om vooruitlopend op het Europese Democratie Actieplan een definitie van «online politieke advertenties» voor te stellen en een positie in te nemen over de competentieverdeling tussen Europa en de lidstaten bij het bestrijden van digitale inmenging bij nationale verkiezingen.

Met deze leden vind ook ik dat het nodig is dat er gemeenschappelijke definities van sleutelconcepten (zoals politieke advertenties) worden vastgelegd in de nieuwe Europese gedragscode tegen desinformatie. Daarbij is het belangrijk dat alle partijen deze gemeenschappelijke definities dragen. De internetdiensten, het maatschappelijk middenveld en deskundigen met de juiste technische expertise moeten daarom betrokken zijn bij de formulering.

Verkiezingen zijn en blijven een nationale competentie. Voor politieke partijen stelt de wetgever daarom nationaal regels op met de komende Wet op de politieke partijen. De regels voor internetdiensten stellen we op Europees niveau vast. Deze regulering van sociale mediabedrijven beperkt zich ook niet tot de verkiezingen, maar is altijd van toepassing. Het Europees Democratie Actieplan wordt naar verwachting in december gepubliceerd, waarover ik uw Kamer op de geëigende manier een kabinetsstandpunt zal doen toekomen.

Invloed van algoritmen

Tijdens het AO desinformatie en digitale inmenging van 28 oktober jl. heeft het lid Verhoeven, gesteund door het lid Van Der Molen, mij gevraagd naar een onderzoek door de Autoriteit Persoonsgegevens, de Autoriteit Consument en Markt, het College voor de Rechten van de Mens en de Algemene Rekenkamer naar de maatschappelijke impact van private algoritmes. Zoals ik ook aangaf tijdens het debat kan ik, gezien de onafhankelijke rol van deze instanties, het verzoek van deze leden alleen onder de aandacht brengen van deze partijen.

Algoritmen kunnen op twee manieren invloed hebben op het gebied van desinformatie. Zo kunnen de algoritmen van internetdiensten invloed hebben op de verspreiding van desinformatie. Deze bepalen bijvoorbeeld welke content getoond wordt aan de gebruiker. Algoritmen kunnen ook een beperkte rol spelen bij moderatiebesluiten. Zo kan het algoritme bepaalde content aanleveren bij de menselijke moderators die moeten beslissen hoe er met de aangemerkte content wordt omgegaan.

De maatschappelijke impact van private algoritmen is een breder vraagstuk dan desinformatie. Eind van dit jaar volgt een kabinetsreactie op een drietal onderzoeken naar algoritmen. Deze onderzoeken richten zich op juridische aspecten van algoritmen die besluiten nemen, op onvoorziene effecten van zelflerende algoritmen en op de mogelijk

benodigde aanpassing van het Nederlandse Procesrecht in het licht van big data. In het eerstgenoemde onderzoek is een case study over de rol van algoritmen die beslissingen nemen bij content moderatie opgenomen. Daarbij ligt de focus echter op het reguleren van illegale content, en in het bijzonder van online *hate speech*. Hierbij wordt benadrukt dat de kaders voor de aanpak van illegale content anders zijn dan die van ongewenste, maar niet onrechtmatige content, waaronder een groot aantal verschijningsvormen van desinformatie te scharen valt. Dit neemt niet weg dat de zorgen ten aanzien van algoritmen die beslissingen nemen rondom *hate speech* veelal ook betrekking hebben op de inzet van algoritmen bij het detecteren van desinformatie.

Verder is uw Kamer op 15 oktober jl. geïnformeerd over de onderzoeksagenda normering en toezicht algoritmen. De definitieve onderzoeksagenda wordt in december aan uw Kamer gestuurd waarbij wordt opgemerkt dat de private algoritmen van de internetdiensten en het effect daarvan op het publieke debat mogelijk onderdeel kunnen zijn van deze agenda.

De Minister van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties,
K.H. Ollongren