

De digitale strategie van Thierry Baudet: ‘net als Trump’

Door [LUUK VAN DER STERREN](#)

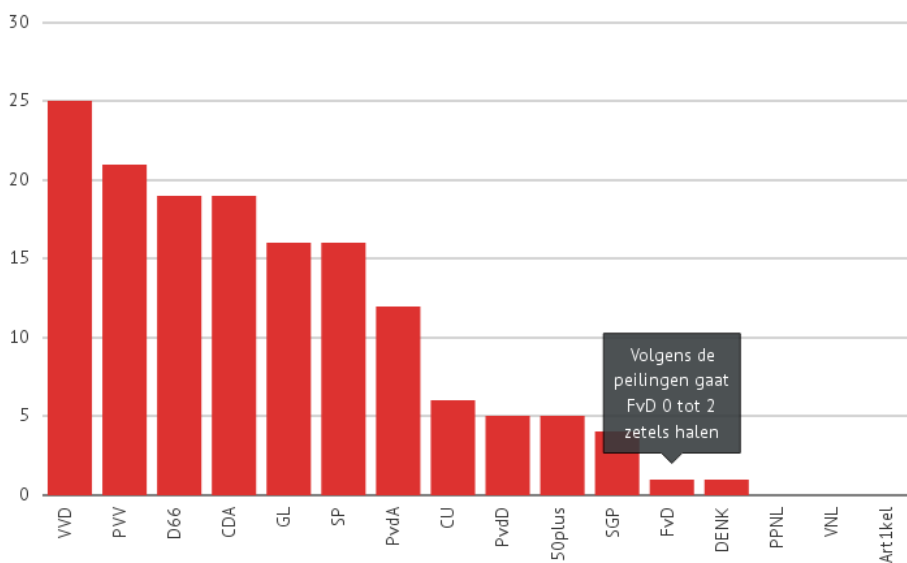
Thierry Baudet, de voorman van het Forum voor Democratie, stelt gedecideerd dat hij de grote verrassing van de verkiezingen gaat worden. Hij wil dat op dezelfde manier doen als Donald Trump en beweert zelfs gebruik te maken van hetzelfde databureau: Cambridge Analytica. Hoe zit dat?

Thierry Baudet van het Forum voor Democratie (FvD) zou bij Pauw en Jinek aan tafel uit komen leggen waarom zijn partij de grote verrassing van de aankomende verkiezingen zou worden. Althans, dat was de belofte die in de [aankondiging](#) van het programma werd gedaan. Veel uitleg kwam er echter niet, daar [het gesprek](#) vooral ging over Baudets controversiële [uitspraak](#) dat de Nederlandse elite bezig zou zijn ‘ons homeopathisch te vermengen met alle andere volken opdat er nooit meer een Nederlander zal zijn’.

Het enige moment waarop de campagne strategie van het FvD echt ter sprake kwam, was toen Baudet vertelde over de eigen peilingen die de partij houdt onder haar achterban. Volgens Baudet verricht het FvD dagelijkse ‘benchmarks’ onder ‘honderdduizenden mensen’ op sociale media. Hierop stoelt Baudet de verwachting dat de partij bij de verkiezingen van woensdag ‘zes tot tien’ zetels kan gaan halen. Significant meer dan hij volgens de peilingen gaat krijgen: die geven het FvD nul tot twee zetels. We hebben vorig jaar echter wel kunnen zien dat dergelijke peilingen niet altijd even accuraat zijn.

Peilingen voorspellen gemiddeld 1 zetel voor FvD

Gemiddelde verwachting aantal zetels (datum: 12 maart)



Gemaakt met Localfocus

Bron: [Peilingwijzer](#)

Maar wat voor bijzondere methode gebruikt het Forum voor Democratie dan? Waar haalt Baudet zijn vertrouwen vandaan?

‘Net als Trump’

Afgelopen donderdagnacht — de avond voor zijn optreden bij Pauw en Jinek — lichtte Baudet in een café in de Amsterdamse Jordaan hoogstpersoonlijk een tipje van de sluier op. ‘Forum voor Democratie wordt de grote verrassing van de verkiezingen,’ zei hij losjes met een pilsje in zijn hand tegen FTM-hoofdredacteur Eric Smit. ‘En ik ga, zodra de uitslag bekend is, uit de doeken doen hoe we dat voor elkaar hebben gekregen.’

‘We doen het net als Trump,’ voegde hij daar kordaat aan toe.

Hoe? Nou zo, want veel was er op het late tijdstip niet voor nodig om de borrelende Baudet aan het praten te krijgen. Op de vraag of hij toevallig de diensten van de Britse firma Cambridge Analytica had ingeroepen, antwoordde hij bevestigend.

De vraag over Cambridge Analytica kwam niet uit de lucht vallen. Dit databedrijfje zat namelijk ook achter de online campagnes van Donald Trump en Leave.EU, de Brexit-voorstanders van frontman Nigel Farage.

In de kijker

Cambridge Analytica — eigendom van de extreem conservatieve Amerikaanse [miljardair](#) Robert Mercer en zijn familie — staat sinds een paar maanden op het netvlies van de internationale pers. De eerste keer dat het bedrijf de aandacht op zich gericht zag was eind 2016, toen een onthullend [artikel](#) verscheen in het Zwitserse tijdschrift *Das Magazin*. Daarin stond beschreven dat de psycholoog Michal Kosinski een methode had ontwikkeld om iemands persoonlijkheid te achterhalen op basis van diens gedrag op social media. Cambridge Analytica zou die methode vervolgens gebruikt hebben om zowel de presidentscampagne van Donald Trump als de Leave.EU-campagne te doen slagen. Ook in Nederlandse media was het verhaal te [lezen](#).

Cambridge Analytica specialiseert zich in ‘election management strategies’ en ‘messaging and information operations’

Eind februari [verscheen](#) er een uitgebreider stuk in *The Observer* waarin dieper werd ingegaan op de strategieën en geschiedenis van Cambridge Analytica. Het bedrijf is een afsplitsing van Strategic Communication Laboratories, een groter bedrijf dat zich bezig houdt met *psyops* (afkorting van *psychological operations*) en PR voor het Amerikaanse leger in landen als Pakistan en Afghanistan.

[Op pagina's 61 en 84 van dit rapport van het Amerikaanse National Defense Research Institute wordt bijvoorbeeld verwezen naar onderzoek dat SCL heeft uitgevoerd in de Kandahar-provincie: http://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/monographs/2012/RAND_MG1060.pdf]

Cambridge Analytica specialiseert zich vooral in diensten als ‘election management strategies’ en ‘messaging and information operations’. Het doet dit met name door gebruik te maken van de persoonlijke gegevens die kiezers — al dan niet onbewust — delen op sociale media. In het *Observer*-stuk komt daarover Andy Wigmore, hoofd communicatie van de Leave.EU-campagne, aan het woord:

Facebook was the key to the entire campaign, Wigmore explained. A Facebook ‘like’, he said, was their most “potent weapon”. “Because using artificial intelligence, as we did, tells you all sorts of things about that individual and how to convince them with what sort of advert. And you knew there would also be other people in their network who liked what they liked, so you could spread. And then you

follow them. The computer never stops learning and it never stops monitoring.”






It sounds creepy, I say.

“It is creepy! It’s really creepy! It’s why I’m not on Facebook! I tried it on myself to see what information it had on me and I was like, ‘Oh my God!’”

"Het FvD hamert er regelmatig op dat ze de 'snelst groeiende' of 'meest actieve' partij op Facebook is"

Verklaring

Het blijkt lastig om Thierry Baudet’s uitspraken over de samenwerking tussen FvD en Cambridge Analytica verder te verifiëren. Online is er niets te vinden dat de twee met elkaar verbindt, en ook Baudet zelf was niet bereikbaar voor nader commentaar. Zijn beweringen komen echter wel overeen met eerdere uitspraken die hij en zijn partij deden over hun verwachte succes. Zo [hamert](#) het FvD er regelmatig op dat ze de ‘snelst groeiende’ of ‘meest actieve’ partij op Facebook is; ook [tweette](#) de partij op 9 maart dat uit ‘vertrouwelijke Facebook FVD-cijfers’ zou blijken dat ze een hoog engagement-gehalte heeft:

	 Forum voor Democratie - FVD	 Partij voor de Dieren	 Jesse Klaver	 VVD	 GroenLinks
Fans	55,985 501.3/day	106,708 533.9/day	91,284 277.5/day	73,004 460.9/day	54,069 458.2/day
Talking about this	43,381 78.1% of fans	39,464 37% of fans	56,765 62.2% of fans	61,764 84.6% of fans	18,274 33.8% of fans
Fan posts	268 9.6/day	418 15.5/day	0 0/day	0 0/day	0 0/day
Page posts	151 5.4/day	158 5.8/day	23 0.9/day	31 1.1/day	38 1.4/day
Interactions	323,083 2,139.6/post	180,837 1,144.6/post	148,742 6,467/post	138,590 4,470.6/post	51,402 1,352.7/post
Engagement	581.9% 3.9%/post	169.5% 1.1%/post	162.9% 7.1%/post	189.8% 6.1%/post	95.1% 2.5%/post



ForumvoorDemocratie @fvdemocratie



Hype @jesseklaver overtrokken. Hier vertrouwelijke Facebook FVD-cijfers. Betrokkenheid bij #FVD veel hoger dan bij andere partijen #demeetup

9:30 PM - Mar 9, 2017

♡ 152 💬 137 people are talking about this

Wat de Facebook-strategie ook moge zijn, het lijkt er wel op dat deze vruchten afwerpt. De partij kreeg er in de afgelopen week bijna dertienduizend nieuwe volgers bij op het medium — een groei van 25 procent.

Maar hoe werkt die wondermethode van Cambridge Analytica dan? Op de website van het bedrijf is te lezen dat het gebruik maakt van ‘psychometrie’. Het deelt mensen in aan de hand van vijf persoonlijkheidskenmerken [Te weten: 'openness', 'conscientiousness', 'extroversion', 'agreeableness' en 'neuroticism'. Deze vijf worden afgekort als 'OCEAN'], een techniek die stamt uit de jaren zestig. In *The Financial Times* [pochte](#) CEO Alexander Nix dat Cambridge Analytica ‘vier- tot vijfduizend datapunten over iedere volwassene in Amerika’ in bezit heeft; het bedrijf stelt dat het deze kennis vervolgens gebruikt om campagne-boodschappen op een individueel niveau af te stemmen voor maximaal psychologisch effect.

In een video [fragment begint op 2:50: <https://youtu.be/n8Dd5aVXLCc?t=2m50s>] op Youtube legt Nix bijvoorbeeld uit dat een boodschap over het toestaan van wapenbezit kan worden afgestemd op individuele kiezers. Een persoon die hoog scoort op de kenmerken ‘emotionele instabiliteit’ (*neuroticism*) en zorgvuldigheid (*conscientiousness*) krijgt een bericht te zien dat het hebben van een wapen je beschermt tegen inbrekers en ander gespuis; een persoon met een hoge score voor koppigheid (*closedness*) en behulpzaamheid (*agreeableness*) ziet een bericht over familietradities.

Geen hard bewijs

Uiteindelijk blijft het gissen naar de exacte manier waarop Cambridge Analytica in Nederland te werk gaat: vragen over de samenwerking met FvD worden door het bedrijf niet beantwoord. Ook is het niet met zekerheid te zeggen of de samenwerking met Cambridge Analytica Baudet en de zijnen van het beoogde succes gaat voorzien. Nadat het stuk over Michal Kosinski via websites als *Motherboard* viral ging op sociale media, plaatste Maurits Martijn van *De Correspondent* de nodige kanttekeningen bij het verhaal.

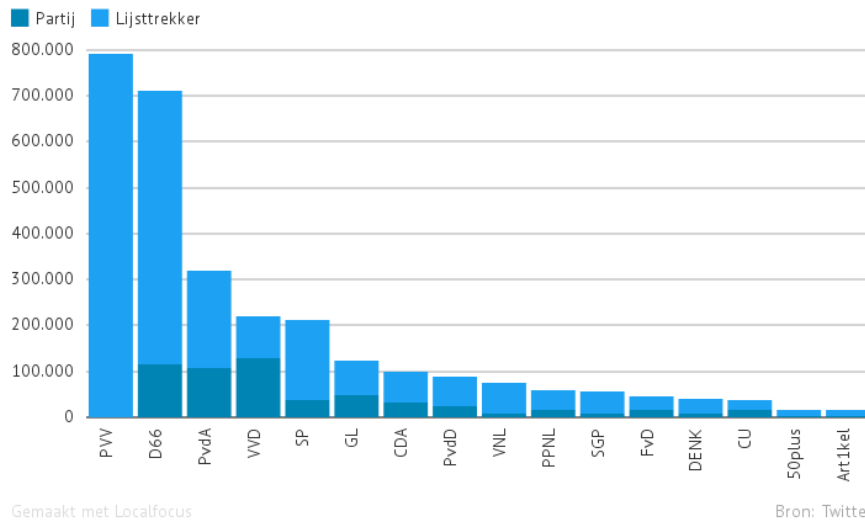
Uiteindelijk blijft het gissen naar de exacte manier waarop Cambridge Analytica in Nederland te werk gaat

Zo [merkte](#) Martijn terecht op dat er geen hard bewijs is geleverd dat de samenwerking met Cambridge Analytica doorslaggevend is geweest bij de overwinningen van Trump en de Brexit. Ook verwijst hij naar een [artikel](#) op Bloomberg waarin Kosinski zelf aan het woord komt. Op de vraag of Big Data verantwoordelijk was voor de overwinning van Trump antwoordt de psycholoog: ‘*Obviously, it is not big data analytics that wins the election — candidates do.*’

Daarnaast is het Forum voor Democratie, alle snelle groei ten spijt, verre van de ‘grootste’ partij op sociale media. Als de persoonlijke Facebookpagina’s en Twitter-accounts van lijsttrekkers als Emile Roemer en Jesse Klaver worden meegerekend, ontstaat er een ander beeld dan de partij schetst. Hierin behoort de partij van Baudet op Facebook tot de middenmoot, terwijl DENK (dat volgens de peilingen net als het FvD één zetel gaat halen) grofweg twee keer zo groot is. Op Twitter valt het bereik van het FvD in het niet bij dat van Geert Wilders en Alexander Pechtold:

Twitter-volgers van partijen en lijsttrekkers

Volgers op 12 maart 2017



Daarnaast is de politieke situatie in ons land anders dan in de Verenigde Staten of het Verenigd Koninkrijk. In ons land staan niet twee uitdagers tegenover elkaar, maar strijden er vele partijen om de aandacht van de kiezer, wat het ingewikkelder maakt voor Cambridge Analytica om snel succes te boeken. Dit gaf Baudet donderdag zelf ook toe: het is, zo legde de voorman uit, geen 'in' of 'out' zoals bij het referendum over de Brexit, of een stem voor óf Trump óf Clinton. Dat maakt het beïnvloeden van kiezers complexer.

Baudet heeft ter rechterzijde de nodige concurrentie en zijn uitspraken moeten onder andere om aandacht en controversie wedijveren met die van Jan Roos en Geert Wilders. Die laatste heeft er overigens al langer een handje van om de strategieën van Trump af te [kijken](#). Het prediken van nationalisme betekent dus niet automatisch dat je in de digitale trechter van het FvD uitkomt. Niettemin toonde Baudet zich zeer enthousiast over de samenwerking met Cambridge Analytica en over wat er tot nu toe was bereikt: 'Je zult het gaan zien!'

Als het goed is, weten we morgenavond of hij gelijk heeft.

Dit verhaal is geschreven in samenwerking met [Eric Smit](#), hoofdredacteur van FTM.

UPDATE:

Update 18 maart 2018: Noch Thierry Baudet, noch het Forum voor Democratie waren vóór publicatie van dit artikel bereikbaar voor commentaar.

Na de [onthullingen](#) over Cambridge Analytica in *The Guardian* van zondag 18 maart 2018 en het nieuws dat Cambridge Analytica door Facebook wordt geweerd, stelde NRC vragen aan het FvD over de uitlatingen van Baudet. Ook die vragen wilde de partij aanvankelijk niet beantwoorden.

Woordvoerder Jeroen de Vries kwam hier later echter op terug. Zijn reactie: 'Op geen enkel moment in de huidige verkiezingscampagne maar ook niet in eerdere campagnes heeft FvD gebruik gemaakt van de diensten van Cambridge Analytica. We onderhouden geen contacten met Cambridge Analytica.'

Het hele NRC-artikel is [hier](#) te vinden; om verwarring te voorkomen, hebben we de introductie van dit artikel iets aangepast.