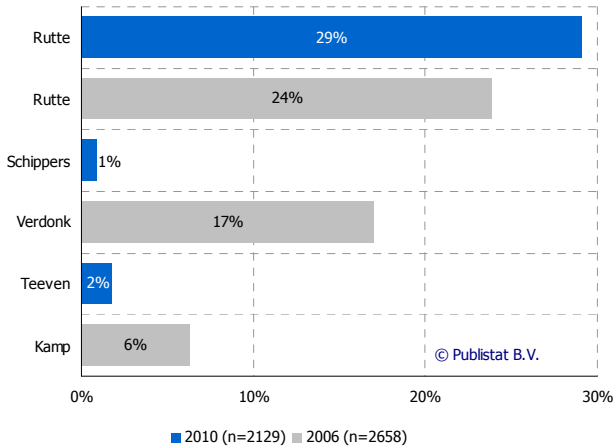


Publistat Mediaonderzoek analyseert sinds 2000 op eigen initiatief de beeldvorming van partijen en politici tijdens de landelijke verkiezingen. In 2010 heeft Publistat de media-aandacht voor VVD-leider Rutte onderzocht in een selectie van landelijke dagbladen in de laatste weken voor de verkiezingen. De resultaten zijn afgezet tegen de uitkomsten van vergelijkbaar onderzoek naar Rutte in 2006 toen succes van zijn eerste campagne uitbleef. Op pagina 2 worden de onderzoeksperiode en mediaselectie verder toegelicht.

Zichtbaarheid top 3 kandidaten VVD '10 en '06
aandeel per kandidaat in totale berichtgeving VVD



Mark Rutte veel meer het VVD-gezicht dan in 2006

In 2010 is Rutte overduidelijk het gezicht van de VVD. Rutte is zichtbaar in 29% van alle artikelen over de VVD. De nummers 2 (Schippers) en 3 (Teeven) op de lijst halen slechts een fractie hiervan. In 2006 was de situatie anders. Toen haalde Rita Verdonk (de nummer 2 van de lijst) 17% van de VVD-publiciteit. In absolute zin was Verdonk zelfs zichtbaarder dan SP-leider Marijnissen. Toenmalig nummer 3 van de VVD-lijst (Kamp) was in 6% van de berichtgeving over de VVD zichtbaar.

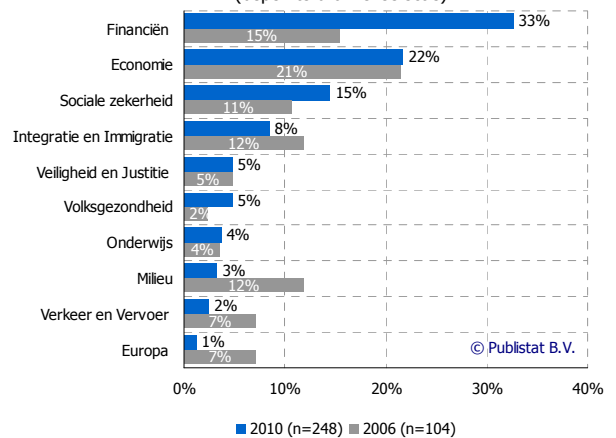
Duidelijkere focus op VVD thema's

In 2010 concentreert de inhoudelijke media-aandacht voor Rutte zich veel meer op de belangrijke VVD-*"evergreen"* dan in 2006. Het meest zichtbaar is Rutte met het thema *Financiën* waar ook de berichtgeving over de hypotheekrente onder valt. Bij elkaar zijn de thema's *Economie* en *Financiën* in 2010 goed voor meer dan de helft van alle vermeldingen (55%) tegenover 36% in 2006.

Met traditioneel belangrijke verkiezingsthema's bij andere partijen zoals *Sociale zekerheid*, *Integratie en Immigratie* en *Onderwijs* komt de VVD deze campagne minder in beeld dan in 2006.

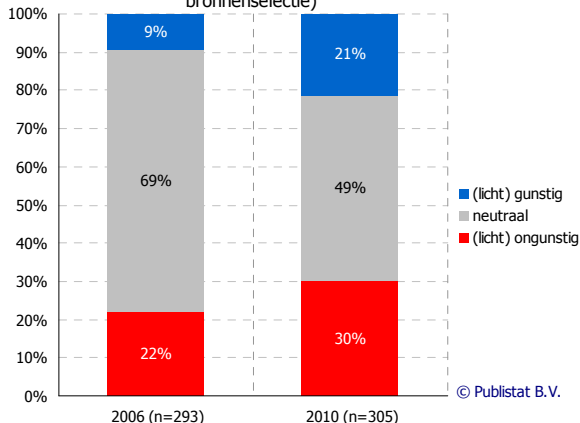
De VVD profileerde zich in 2006 onder andere sterk op *Onderwijs*, na *Sociale Zekerheid* en *Economie* het derde thema in 2006.

Thema's Rutte TK-verkiezingen '10 en '06*
aandeel in totaal aantal themavermeldingen Rutte (n ≥ 10)
(beperkte bronnenselectie)



* Per artikel kunnen meerdere thema's zichtbaar zijn.

Publiciteit Rutte TK-verkiezingen '10 en '06
inhoud berichtgeving verkiezingsperiode (beperkte bronnenselectie)



Publiciteit over Rutte uitgesprokener dan in 2006

De publiciteit is inhoudelijk uitgesprokener dan in 2006. Zowel het aandeel positief als negatief nieuws is namelijk toegenomen. Was in 2006 het meeste nieuws nog neutraal (69%) nu is dat amper de helft (49%). De toename in positief nieuws is vooral het gevolg van de toegenomen berichten over het succes van Rutte in de peilingen en debatten.

In tegenstelling tot de campagne in 2006, ontvangt Rutte tijdens de campagne in 2010 geen kritiek uit eigen partij. Neelie Kroes steunt Rutte tijdens de campagne in 2010 wanneer zij hem in de media een 'uitstekende kandidaat' noemt (Telegraaf, 26-05). In 2006 waren verschillende (ex-)partijgenoten kritisch over de lijsttrekker van hun partij, onder andere oud-Kamerlid Van Schijndel die uit de VVD stapte.

De stijging in negatief nieuws komt doordat media deze verkiezingen vaker critici van bijvoorbeeld andere partijen aan het woord laten. Ook columns en commentaren zijn vaker kritisch dan in 2006.

Publistat Mediaonderzoek analyseert sinds 2000 op eigen initiatief de beeldvorming van partijen en politici tijdens de landelijke verkiezingen. In 2010 heeft Publistat de media-aandacht voor VVD-leider Rutte onderzocht in een selectie van landelijke dagbladen in de laatste weken voor de verkiezingen. De resultaten zijn afgezet tegen de uitkomsten van vergelijkbaar onderzoek naar Rutte in 2006 toen succes van zijn eerste campagne uitbleef. Op pagina 2 worden de onderzoeksperiode en mediaselectie verder toegelicht.

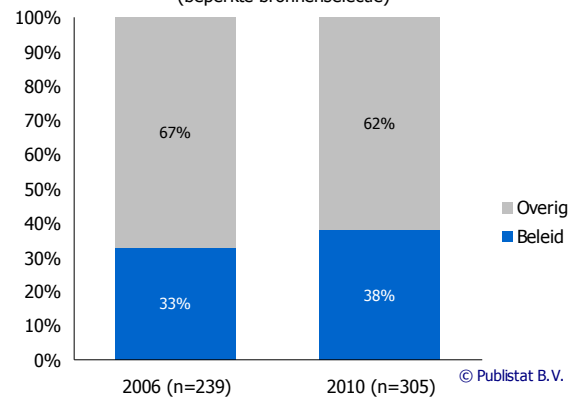
Ook in 2010 gaan meeste artikelen niet over de inhoud

Ook in 2010 gaat de meeste aandacht uit naar niet-beleidsinhoudelijke onderwerpen. De aandacht voor thema's en standpunten is in 2010 licht toegenomen van 33% naar 38% van alle berichten over Rutte. Kranten schrijven vooral over zogenaamd *horse race nieuws*, zoals de positie in de peilingen, beschouwingen van de TV-debatten en een mogelijke toekomst van Rutte als premier.

In tegenstelling tot 2010, verschenen in 2006 relatief veel artikelen over de persoon Rutte en over zijn strijd om het leiderschap van de VVD met Rita Verdonk eerder in 2006.

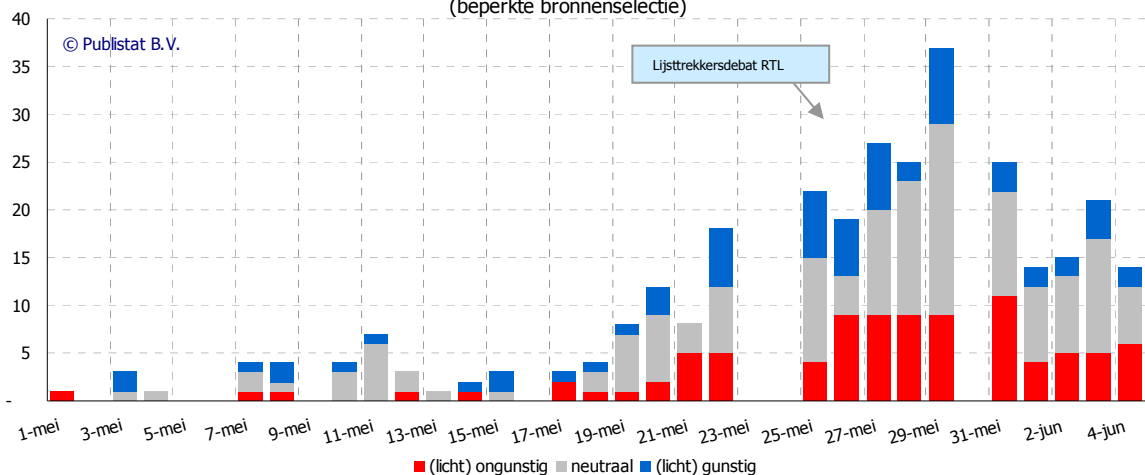
Nieuwsfocus Rutte TK-verkiezingen '10 en '06

inhoudelijke focus berichtgeving verkiezingsperiode
(beperkte bronnenselectie)



Trend publiciteit Rutte TK-verkiezingen 2010

inhoud berichtgeving 1 mei t/m 4 juni 2010
(beperkte bronnenselectie)



Verantwoording onderzoekopzet

In 2010 zijn alle artikelen in Telegraaf, Volkskrant, Trouw en NRC Handelsblad over Mark Rutte in de periode 1 mei t/m 4 juni inhoudelijk geanalyseerd. Voor 2006 zijn alle artikelen geanalyseerd van 14 oktober t/m 17 november 2006. Daarmee is voor elke periode de berichtgeving gemeten over 35 kalenderdagen tot 4 dagen voor de verkiezingen. De analyse van de zichtbaarheid van de top-3 kandidaten van de VVD is gebaseerd op artikelen in een ruimere mediaselectie van AD, Financiële Dagblad, Telegraaf, Volkskrant, NRC Handelsblad, nrc.next en Trouw. Voor 2006 in de periode 19 september 2006 t/m 22 november 2006; voor 2010 een vergelijkbare periode van 6 april t/m 9 juni 2010.