Tweede Kamer der Staten-Generaal

2

Vergaderjaar 2026–2027

Vragen gesteld door de leden der Kamer

2026Z23114

Vragen van het lid **Dobbe** (SP) aan de Minister van Defensie over *de inhuur van influencers voor wervingscampagnes voor Defensie* (ingezonden 27 oktober 2026).

Vraag 1
Kunt u bevestigen dat Defensie tussen 2021 en 2023 ongeveer 265.000 euro uittrok voor het inhuren van influencers om betaalde content te maken voor wervingscampagnes voor werken bij Defensie?[1]

Vraag 2
Zijn in het antwoord op het WOO-verzoek over het inhuren van influencers door Defensie alle betaalde samenwerkingen van Defensie met influencers genoemd?[2] Zijn dit alle commerciële samenwerkingen die het ministerie in deze periode met influencers heeft gesloten of zijn er samenwerkingen die buiten de reikwijdte van dit WOO-verzoek vallen?

Vraag 3
In hoeveel van deze gevallen hebben influencers bij het publiceren van content aangegeven dat deze gemaakt is in opdracht van Defensie en dat zij hiervoor betaald zijn door Defensie?

Vraag 4
Wie heeft het script geschreven? Zien we hier het script van Defensie of van de influencer zelf?

Vraag 5
Is het onderdeel van de contracten om berichten op te volgen wanneer daar (negatieve) reacties op komen? Wanneer een influencer, na reacties op een Defensiefilmpje op Instagram, schrijft dat «Defensie veel meer is dan oorlog» en zij «keuzemogelijkheden voor de vrouw benadrukt,» spreekt hier dan de

[1] Instagram, 25 oktober 2026 (https://www.instagram.com/p/De4xlxuja2Y/?img_index=2&psln=cml4eXhod25wcjY0)
[2] Besluit WOO-verzoek, 25 juli 2023 (https://open.overheid.nl/documenten/1a3ca6ae-bd7b-4d96-b864-25c4bc3bea65/file)

influencer of het Ministerie van Defensie?[3] Deelt u de opvatting dat deze scheidslijn hier vaag is?

Vraag 6
Kunt u garanderen dat alle contracten met influencers voldoen aan de wet- en regelgeving en het overheidsbeleid rond sluikreclame en de reclameregels voor sociale media?[4] Is er bijvoorbeeld in al deze gevallen voldaan aan de regels rond reclame, sponsoring en productplaatsing?[5]

Vraag 7
Wat is de hoofdboodschap die Defensie in deze campagne wil meegeven? Hoe wordt er omgegaan met de mogelijk minder aantrekkelijke kanten van het werken bij Defensie in de voorlichting en hoe wordt voorkomen dat jongeren een onrealistisch beeld wordt geschetst?

Vraag 8
Kunt u de bedragen noemen die Defensie heeft uitgegeven aan de inhuur van influencers in 2024, 2025 en 2026, en het aantal contracten?

Vraag 9
Zijn er meer van deze campagnes met influencers voorzien? Welk bedrag is hiervoor gereserveerd? Met welk deel op de Defensiebegroting van 2027 tot 2030 corresponderen deze budgetten?

Vraag 10
Hoe vaak is de door Defensie gepromote content bekeken?

Vraag 11
Hoe evalueert u de effectiviteit van deze campagne? Wat is er bijvoorbeeld bekend over het bereik en het extra aantal mensen dat geworven is dankzij deze campagne? Wat is er bekend over het effect op imagoverbetering van Defensie?

Vraag 12
Wat zegt het feit dat wervingscampagnes gecamoufleerd via influencers moeten worden gedaan over het draagvlak voor het promoten van Defensie en voor uitgaven aan promotiecampagnes van Defensie in het bijzonder?

---

[3] Instagram, 30 juni 2025 (https://www.instagram.com/reel/DLgySW6sVn3/?utm_source=ig_embed&ig_rid=ARvU7Xw7R8q-BXa7UkZMbry)

[4] Ondernemersplein Overheid, Reclameregels voor social media (influencer marketing) (https://ondernemersplein.overheid.nl/wetten-en-regels/reclameregels-voor-social-media-influencer-marketing/)

[5] Commissariaat voor de Media, De belangrijkste regels voor video-uploaders (https://www.cvdm.nl/sector/video-uploaders/de-belangrijkste-regels-voor-video-uploaders/)