



Peter Kanne,
opiniepeiler bij I&O Research

‘JE KUNT NIET ZOMAAR STELLEN DAT DE PEILINGEN ERNAAST ZATEN’

De ene dag werkt hij met ze samen, de volgende dag kwalificeren ze hem net zo gemakkelijk als ‘charlatan’. Opiniepeiler **Peter Kanne** over statistiek, politieke dagkoersen, de arrogantie van De Wereld Draait Door, het ‘horse race-effect’ en de onvermijdelijke Maurice de Hond.

tekst **RAYMOND KRUL** beeld **DUCO DE VRIES**

Peter Kanne loopt al jaren rond in de wereld van opinieonderzoekers, eerst bij TNS NIPO en sinds 2014 bij I&O Research in Amsterdam. Het organiseren van opiniepeilingen is geen liefdewerk oud papier, legt hij uit. Het moet iets opleveren: omzet en aandacht. Kanne: ‘Ik wil graag in de krant komen met ons onderzoek, want dat heeft een bepaalde PR-waarde. Wij zijn in zekere zin afhankelijk van de media. Maar ik wil wél dat we op een goede manier in de pers komen, daarom houd ik graag de discussie gaande over de kwaliteit van de

berichtgeving, en roep of schrijf ik er af en toe iets over.’

Want het kan beter. Vooraleerst benadrukt Kanne dat politieke opiniepeilers niet de einduitslag van verkiezingen voorspellen. Precies op dat punt gaan media geregeld de mist in. ‘Neem de verkiezingen voor de Tweede Kamer. Mensen beroe-

pen zich op allerlei informatie als ze een keuze maken voor een partij: ze lezen verkiezingsprogramma’s, kijken debatten en volgen de peilingen. Daar doen ze iets mee. Peilingen zijn dus mede van invloed op de uitslag, daarom kun je nooit stellen dat de peilingen ernaast zaten. Een peiling laat zien hoe het er op dat moment voorstaat. Bij de verkiezingen in 2012 werd het steeds meer een tweestrijd tussen Rutte en Samsom, zo bleek uit de peilingen. Veel mensen die aanvankelijk van plan waren SP te stemmen, zijn op het laatste moment uit strategische overwegingen

‘Journalisten hebben niet altijd tijd of zin voor de nuance’

overgestapt naar de PvdA. Dat was de verdienste van Samsom, maar de peilingen spelen daar een rol bij.’

Too close to call

Kanne toont ter illustratie een printje. Het is een persbericht uit 2012 van TNS NIPO, zijn voormalig werkgever. Boven het bericht staat: ‘Slotpeiling TNS NIPO: VVD versus PvdA - too close to call’. In het bericht is te lezen dat de VVD op het moment van de slotpeiling op 35 zetels staat en de PvdA op 34. Daarna laat hij een artikel zien dat bijna alle kranten naar aanleiding van het persbericht hebben gemaakt. ‘TNS NIPO: VVD wint nipt van de PvdA’, zo luidt de kop. Kanne: ‘Het is frappant dat je zelf zegt dat het “too close to call” is en de media er vervolgens iets anders van maken - en het nog eens aan jou toeschrijven ook. Er staan nog net geen aanhalingstekens, maar het scheelt niet veel. Met het referendum in Groot-Brittannië was het precies hetzelfde: ook daar zeiden de peilers dat het “too close to call” was. En toch waren we de volgende

ochtend met z’n allen verrast dat het een Brexit was geworden. Vreemd vind ik dat. Als je een dag van tevoren ziet dat de verhouding 48-52 is, dan is er heel weinig statistische kennis voor nodig om te weten dat het geen gelopen race is. Zelfs met een beetje gezond verstand zou je dat al kunnen weten.’

Politieke piskijkers

Kanne benadrukt dat hij prettig met de meeste media samenwerkt. Er zijn genoeg journalisten die begrijpen hoe het zit, die degelijk omgaan met cijfers en statistiek. Maar er zijn er ook die het minder nauw nemen met de feiten. ‘Je kunt niet spreken van “de media”, je kunt zelfs niet spreken over één medium, want binnen één titel zie ik soms grote verschillen. Dat stoort me soms. Bert Wagendorp noemt ons in zijn Volkskrant-column “politieke piskijkers” en “charlatans”, terwijl een journalist zich een pagina verderop weer net zo gemakkelijk beroept op een peiling. Wagendorp haalt een paar columns later ook weer een peiling aan om een stelling

te onderbouwen. Ik heb hem toen gebeld en gezegd: Bert, kunnen wij eens praten? Zal ik je gewoon eens de beginselen van de statistiek uitleggen en vertellen wat peilingen nou eigenlijk zijn? Dat vond hij prima, want Bert is een aardige vent. Hij is hier geweest en we hebben een prima gesprek gehad. Hij zei: “Ik bedoel niet jouw soort onderzoekers als ik dat schrijf, ik heb het over al die kut-peilinkjes.” Maar ja, dat schijft hij er niet bij, dus ik heb er wel last van.’

Zou de slordige omgang met cijfers er ook mee te maken kunnen hebben dat de journalistiek een typisch alfabet is? Kanne denkt dat er eerder iets anders speelt. ‘Journalisten hebben niet altijd tijd of zin voor de nuance, daar loopt het op stuk. Je ziet dat er sprake is van het “horse race-effect”. Verkiezingen worden gezien als een wedstrijd, waarbij het bij voorkeur moet uitlopen op een tweestrijd. Dat vinden media spannend, ze vergroten zo’n tweestrijd aardig uit. Ook politieke partijen spelen daar op in, reken maar dat ze nu allemaal aan het nadenken zijn hoe ze in maart volgend jaar onderdeel van de tweestrijd kunnen worden.’

Een ander voorbeeld: in de aanloop naar het Oekraïne-referendum werkte ik samen met Fokke Obbema van de Volkskrant. Wij leverden iedere maand een peiling en die zou de krant dan publiceren. Die peiling liet eigenlijk steeds hetzelfde beeld zien: 60 procent was tegen het associatieverdrag en 40 procent voor. “Ik weet niet of we het gaan brengen”, zei Fokke dan als hij mij naar “de stand” vroeg. Want er was niet zoveel veranderd. En dan zei ik: “Maar Fokke, we hebben een flink aantal vragen toegevoegd die laten zien of mensen vatbaar zijn voor de argumenten van het voor- en tegenkamp.” Dat vond hij dan wel weer

DE LESSEN VOOR DE PERS VAN PETER KANNE

- **Journalisten zouden moeten beseffen dat peilingen wel een indicatie van de uitslag geven, maar zelf ook van invloed zijn op de uitslag van verkiezingen of referenda. Hierdoor hebben ze dus niet een-op-een voorspellende waarde.**
- **Als je een bericht over een peiling publiceert, meld dan in een kadertje welke partij het heeft uitgevoerd, in opdracht van wie, hoe groot de steekproef is en wat de marges zijn bij de belangrijkste uitkomsten. Online kun je dat soort informatie gemakkelijk kwijt in een voetnoot. De Correspondent maakt daar bijvoorbeeld al gebruik van.**
- **Kijk goed wie een peiling heeft uitgevoerd: is het een gerenommeerd onderzoeksbureau of een bedrijf dat uit is op gemakkelijke free publicity? En is de opdrachtgever onafhankelijk of een belanghebbende partij?**
- **Een aanrader voor iedere journalist of andere geïnteresseerde is het boekje 'Wat 93,7 % van de Nederlanders moet weten over opiniepeilingen' van Will Tiemeijer.**

interessant. Uiteindelijk publiceerde hij onze peilingen wel en schreef er goede stukken over, maar de eerste vraag van een journalist is toch altijd: hoe zit het met de wedstrijd? Wordt het spannend?"

DWDD

Iedere zondag publiceert Maurice de Hond zijn peiling voor de Tweede Kamerverkiezingen en iedere zondag haalt die peiling de media, NU.nl voorop. Kanne: "Ook als er geen verschuivingen zijn, wordt het een bericht op NU.nl. Zo'n peiling heeft geen enkele inhoudelijke waarde, maar toch nemen veel media het blind over. Het heeft alleen waarde als je het over meerdere weken bekijkt. Daarom vind ik het goed dat de NOS op gezette tijden de Peilingwijzer publiceert, een zogeheten "poll of polls" van politoloog Tom Louwerse waarin alle peilingen worden gecombineerd. Hij legt uit wat de marges zijn en wat de verschillende "huiseffecten" zijn van de bureaus die peilingen uitvoeren." Kanne noemt De Hond een vakman

en iemand die weet wat hij doet, maar toch neemt 's lands bekendste peiler het niet altijd even nauw met de wetenschappelijke mores, vindt Kanne. "In verkiezingstijd mag De Hond geregeld aanschuiven bij De Wereld Draait Door (DWDD). Dan worden de verschuivingen in zetels van dag tot dag geanalyseerd. Dan zegt Matthijs van Nieuwkerk zoiets als: "Die zetel eraf voor D66, mag je zeggen dat dat door gebeurtenis X komt?" En dan zegt De Hond doodleuk: "Ja hoor, dat mag je zeggen." Daarna gaat hij uitleggen wat de oorzaak van de verschuiving is. Nou, ik kan je vertellen: dat is absoluut gelul, want je hebt altijd te maken met marges. Hij zegt zelf overigens dat hij een methode heeft waardoor er geen marges zijn, maar iedere methodoloog die er een beetje verstand van heeft, bestrijdt dat. Bovendien zijn dit juist de dagkoersen waar mensen zo'n hekel aan hebben. Dat vind ik dan jammer van DWDD: dat programma levert een grote bijdrage aan de popularisering van wetenschap, maar dan gaat het vooral over de harde wetenschap,

alles wat met natuurkunde en sterren te maken heeft. Als het dan over zachte wetenschap gaat, de alfawetenschappen, dan mag je blijkbaar compleet onwetenschappelijk zijn.' In de aanloop naar de Tweede Kamerverkiezingen in maart organiseert Kanne samen met andere opiniepeilers en wetenschappers voor de tweede keer een symposium met journalisten, bedoeld om peilingen op een goede manier in de media te krijgen. 'DWDD was de eerste keer ook uitgenodigd, maar heeft niet eens op onze uitnodiging gereageerd. Dat is toch een zekere arrogantie van zo'n programma. Ik hoop van harte dat ze in oktober wel komen.'

Twitter-peiling

Een peiling is tegenwoordig zo georganiseerd. Media maken er veelvuldig gebruik van. Je verzint een vraag, zet 'm online en kijkt wat je lezers, kijkers of luisteraars ervan vinden. Wat vindt Kanne van die vorm van branchevervaging? 'Ik moet wel lachen om die peilinkjes op Twitter, dat is quasi-serieus en daardoor niet heel schadelijk. Maar die online peilingen van media zijn voor ons natuurlijk wel lastig. Voor de lezer is er geen onderscheid, terwijl wij vreselijk ons best doen een representatieve steekproef te trekken. Als wij zeggen: 40 procent van de bevolking vindt X, dan moet dat ook echt zo zijn. Bedrijven publiceren ook steeds vaker onderzoekjes omdat ze weten dat ze er de pers mee kunnen halen. Het is jammer dat media daar soms makkelijk in trappen. Een mooi voorbeeld vond ik een onderzoek van - let op - vacaturesite Monsterboard, waaruit bleek dat 80 of 90 procent van de mensen het niet naar de zin heeft op het werk. Vervolgens zette de Metro dat doodleuk op de voorpagina. Ik kan alleen maar hopen dat journalisten niet al te vaak in dat soort valkuilen trappen.'

**Meer Lessen
voor de Pers op
villamedia.nl**

