

Vragen gesteld door de leden der Kamer, met de daarop door de regering gegeven antwoorden

96

Vragen van het lid **Jasper van Dijk** en **Smits** (beiden SP) aan de staatssecretarissen van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap over *commercie op school*. (Ingezonden 28 augustus 2009)

1

Wat voor nut heeft het convenant sponsoring als u van mening bent dat de school verantwoordelijk is voor de invulling van gastlessen waarin sprake is van reclame-uitingen?¹ en ²

2

Hoe kunt u enerzijds zeggen dat een verwijzing naar een logo in een presentatie niet in overeenstemming is met het convenant, terwijl u anderzijds zegt dat de school daarover een eigen afweging kan maken «op basis van de eigen normen en waarden»? Deelt u de mening dat hierdoor onnodig onduidelijkheid blijft bestaan over de regels rond reclame en sponsoring op scholen?

3

Wat is uw mening over de door Jet-Net aangeboden lesbrieven waarin veelvuldig logo's van bedrijven worden gebruikt (bijvoorbeeld van Shell, NXP en Philips)? Deelt u de mening dat voorlichting over en stages bij bedrijven iets anders zijn dan reclame voor bedrijven?³

4

Deelt u de mening dat de lesbrieven haaks staan op het sponsorconvenant, waarin wordt gesteld: «In lesmaterialen mag geen (impliciete) reclame voorkomen en daarin mag geen sprake zijn van onvolledige of subjectieve informatie»? Zo nee, waarom niet?

5

Is het waar dat Jet-Net, al of niet indirect, subsidie ontvangt van de overheid? Zo ja, hoe hoog is dit bedrag en hoe verhoudt deze subsidie zich tot het feit dat Jet-Net wordt gesponsord door bedrijven die zich met hun logo's op de website en elders presenteren?

6

Bent u bereid bij Jet-Net erop aan te dringen dat zij geen lesmateriaal aanbieden waarin bedrijfslogo's expliciet worden getoond? Zo nee, waarom staat u toe dat er lesbrieven worden verspreid die in strijd zijn met het sponsorconvenant?

7

Wat is uw opvatting over het lesmateriaal dat wordt aangeboden op de website Podium Voor Onderwijs, waar de naam van opdrachtgevers in de naam van de lesbrieff staat vermeld (bijvoorbeeld «Efteling Sprookjesles»)?⁴

8

Deelt u de mening dat deze lesbrieven in strijd zijn met het

sponsorconvenant? Kunt u uw antwoord toelichten?

9

Deelt u de mening dat scholen geen gebruik dienen te maken van lesbrieven waarin naam of logo van bedrijven worden getoond? Zo nee, hoe verhoudt zich dit tot uw opvatting dat «een verwijzing in de vorm van een logo in de presentatie niet in overeenstemming is met het convenant»?

10

Wilt u de onderwijsinspectie vragen om gesponsorde lesbrieven steekproefsgewijs te controleren «om te voorkomen dat het convenant een dode letter wordt»?⁵

¹ Aanhangsel Handelingen, vergaderjaar 2008–2009, nr. 3453

² Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap; «Convenant «Scholen voor primair en voortgezet onderwijs en sponsoring»»

www.minocw.nl/documenten/090218%20convenant%20sponsoring%2019febr202009%20defin.pdf

³ Jet-Net; «Lesmateriaal»

www.jet-net.nl/lesmateriaal

⁴ Podiumvooronderwijs.nl; «Primair onderwijs»

www.podiumvooronderwijs.nl/public/show.php?kind=po&action=paklist_soort

⁵ Kamerstuk 31700 VIII, nr. 150

Antwoord

Antwoord van staatssecretaris **Van Bijsterveldt-Vliegenthart** (Onderwijs, Cultuur en Wetenschap), mede namens de staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, mw. Dijkema (ontvangen 23 september 2009)

1

Het convenant biedt scholen, schoolbesturen, ouders en leerlingen een richtlijn voor hun keuzes. Zij kunnen op basis van de afspraken in het convenant komen tot een zinvolle afweging, leidend tot een verantwoorde beslissing over het sponsoraanbod. Daarmee biedt dit convenant geen naslagwerk voor de scholen waarin precies staat wat wel en wat niet mag. De feitelijke afweging vindt plaats op de school. Alle belanghebbenden, met name in de medezeggenschapraad, worden bij deze afweging betrokken. Het convenant biedt voor deze afweging mijns inziens een helder kader. Het belangrijkste uitgangspunt is dat sponsoring de onderwijsinhoud niet mag beïnvloeden en de ontwikkeling van leerlingen niet mag schaden. Artikel 5 van het convenant (Onderwijsinhoud) geeft als expliciet aandachtspunt bij de afweging of de onderwijsinhoud door sponsoring wordt beïnvloed: «Zo mag in lesmaterialen en leermiddelen geen (impliciete) reclame voorkomen en mag daarin geen sprake zijn van onvolledige of subjectieve informatie». Onder reclame wordt in het convenant verstaan: «iedere openbare aanprijzing van goederen, diensten, of denkbeelden». De centrale afweging voor de school ten aanzien van een concreet aanbod van gesponsord lesmateriaal is dus: wordt de onderwijsinhoud beïnvloed? Het convenant is daarover duidelijk: dat mag niet, ook niet door een openbare aanprijzing van goederen, diensten of denkbeelden.

2

Het heeft mijn voorkeur, om ook maar de schijn van beïnvloeding van de onderwijsinhoud van lesmaterialen te vermijden, dat het gebruik van bedrijfsnamen of logo's wordt vermeden dan wel tot een minimum wordt beperkt. De relevante vraag is: wordt door het tonen van bedrijfsnaam of logo in het specifieke geval de onderwijsinhoud

beïnvloed? Ik kan mij voorstellen dat een school na een zorgvuldige eigen afweging met alle betrokkenen ten aanzien van een specifieke lesbrief of presentatie tot de conclusie komt: – dat dit lesmateriaal een waardevolle bijdrage levert aan het onderwijs; – dat er ten aanzien van dit lesmateriaal sprake is van een samenwerking tussen scholen en bedrijven die ten goede komt aan het leer- en ontwikkelingsproces van de leerlingen; – dat voor deze bedrijven hun maatschappelijke betrokkenheid voorop staat bij het aanbod van het gesponsorde lesmateriaal; – dat logo of bedrijfsnaam wordt vermeden, dan wel tot een minimum wordt beperkt en de onderwijsinhoud verder niet beïnvloedt; Zie verder mijn antwoord op vraag 1.

3

Jet-Net is een samenwerking tussen scholen, bedrijven en overheid. De Jet-Net bedrijven en scholen hebben gezamenlijk één doel: havo/vwo leerlingen een reëel beeld geven van bèta en technologie en hen interesseren voor een bètatechnische vervolgopleiding. De gastlessen en workshops door medewerkers van Jet-Net bedrijven zijn een praktische/toepasbare aanvulling op bestaande vakken om zo theorie en praktijk dicht bij elkaar te laten komen. Dit gebeurt in nauwe samenwerking met docenten. Zij vormen een goede bijdrage aan de lessen. Scholen en bedrijven ontwikkelen deze gastlessen en workshops gezamenlijk. De namen van de betrokken bedrijven worden daarbij vermeld. Scholen zijn en blijven eindverantwoordelijk voor het geheel, inclusief de inhoudelijke bijdragen van bedrijven. Voor zowel school als bedrijf is deze relatie helder. Ik deel overigens uw mening dat voorlichting over en stages bij bedrijven iets anders zijn dan reclame maken voor bedrijven.

4

Zie mijn antwoorden op vraag 1 en 2.

5

Het Platform Bèta Techniek, dat gesubsidieerd wordt door de overheid, geeft subsidie aan Jet-Net. Naast de contributie die bedrijven betalen, is de bijdrage van de bedrijven vooral de gekapitaliseerde

menskracht, die een veelvoud bedraagt van de subsidie door het Platform Bèta Techniek. Het Platform Bèta Techniek heeft in 2008 € 3 mln ter beschikking gesteld. In 2008 bedraagt de gekapitaliseerde menskracht van bedrijven € 5 mln en hebben bedrijven € 0,3 mln aan contributie betaald voor het gebruik van de website, landelijke evenementen en informatiemateriaal. Zie voorts mijn antwoord op vraag 3.

6

De uiteindelijke afwegingen ten aanzien van het gebruik van dit lesmateriaal, binnen het kader van de richtlijnen van het sponsorconvenant, worden gemaakt door de school. Zie hiervoor ook mijn nadere toelichting in de beantwoording op vraag 1 en 2.

7

De website van Podium voor Onderwijs bevat lesmateriaal en excursies voor alle onderwijssectoren. Alle materialen zijn gemaakt in opdracht van overheid, organisaties en bedrijven die een boodschap of informatie willen overbrengen aan kinderen en jongeren. De naam van de opdrachtgever wordt daarbij vermeld. Het heeft mijn voorkeur, om ook maar de schijn van beïnvloeding van de onderwijsinhoud van lesmaterialen te vermijden, dat het gebruik van bedrijfsnamen of logo's wordt vermeden dan wel tot een minimum wordt beperkt. De uiteindelijke afwegingen ten aanzien van het gebruik van dit lesmateriaal, binnen het kader van de richtlijnen van het sponsorconvenant, worden gemaakt door de school. Zie hiervoor ook mijn nadere toelichting in de beantwoording op vraag 1 en 2.

8

Zie mijn antwoorden op vraag 1 en 2.

9

Zie mijn antwoord op vraag 1 en 2.

10

De feitelijke afweging of al dan niet een sponsorovereenkomst wordt aangegaan vindt, zoals gezegd, plaats op de school. Het is essentieel dat alle belanghebbenden in en rond de school, met name in de medezeggenschapraad, in positie zijn om een adequate afweging te maken. De medezeggenschapsraad heeft alle wettelijke middelen om sponsoring –

ook de lesbrieven – te toetsen en
zodanig tegen te houden.
In het kader van dit convenant vind ik
het daarom belangrijk dat de
inspectie dit en komend jaar
onderzoek doet naar de naleving van
de wettelijke bepalingen ten aanzien
van sponsoring. Het onderzoek richt
zich specifiek op de vraag of scholen
in het schoolplan hun beleid ten
aanzien van sponsoring hebben
omschreven en of de schoolgids
informatie bevat over de wijze
waarop het bevoegd gezag omgaat
met deze bijdragen en of de
medezeggenschap heeft ingestemd
met de aanvaarding van de bijdragen.
In september zullen de PO-Raad, de
VO-Raad en de ouderorganisaties een
nieuwe brochure over het
sponsorconvenant verspreiden onder
de scholen. Hierin worden de
richtlijnen en afspraken in het
convenant op een aansprekende
manier onder de aandacht van
scholen, schoolbesturen en de
geledingen van de
medezeggenschapraad gebracht.