

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

1212

Vragen van het lid **De Krom** (VVD) aan de ministers voor Wonen, Wijken en Integratie en van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties over *een wervingscampagne van de Rijksoverheid*. (Ingezonden 4 december 2009)

1
Bent u bekend met het affiche in het kader van de wervingscampagne «Werken bij het Rijk» waarop een jonge vrouw met gezichtbedekkende bekleding en een jonge vrouw met lippiercing is te zien?¹

2
Is het waar dat de campagne «Werken bij het Rijk» een wervingscampagne is die als doel heeft jonge volwassenen te interesseren voor een baan bij het rijk?

3
Is het waar dat deze afbeelding ook in de publieke ruimte in de vorm van affiches te zien is, bijvoorbeeld op de achterkant van bussen?

4
Bent u dan niet van mening dat de beeltenis op dit affiche van een jonge vrouw met gezichtbedekkende bekleding, zonder dat de achterliggende bedoeling en context van de afbeelding duidelijk is, een verkeerd beeld kan geven omdat gezichtsbedekkende bekleding nu juist iets is dat ook deze regering uit het openbaar domein, en zeker bij de overheid, probeert te weren?

5
Onderkent u het risico dat mensen, van wie moeilijk kan worden verwacht dat zij zich via de campagnewebsite volledig informeren over «het verhaal achter de beelden», aan dit affiche niet het beeld kunnen overhouden dat de overheid wil stimuleren dat meer vrouwen met gezichtbedekkende bekleding gaan werken bij de Rijksoverheid? Zo ja, vindt u dat wenselijk? Kunt u dan uiteenzetten op welke wijze dit affiche zal bijdragen aan een helder en positief beeld van de overheid bij de burgers?

6
Vindt u deze vorm van campagne, gelet op voorgaande overwegingen, geslaagd en succesvol? Zo nee, bent u voornemens het gebruik van deze afbeelding te heroverwegen? Kunt u dit toelichten?

¹ Werken bij het Rijk: «Hoe kom je bij het Rijk?»

http://www.werkenbijhetrijk.nl/werkgever/het-rijk/hoe-kom-je-bij-het-rijk/index.cfm?artikelen_id=EC4C149B-1D91-4492-8C76-0BF07F855505.

Antwoord

Antwoord van minister **Ter Horst** (Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties), mede namens de minister voor Wonen, Wijken en Integratie (ontvangen 13 januari 2010)

1
Ja.

2
De campagne heeft tot doel het werken bij de Rijksoverheid op een aantrekkelijke en onderscheidende manier te tonen. De primaire doelgroep voor deze campagnebenadering is de groep HBO- en Academisch opgeleiden in de leeftijdsgroep van 25–35 jaar.

3
Ja.

4
Nee. Het betreft hier een campagne die bedoeld is om de aantrekkelijkheid van het werken bij de Rijksoverheid op een aantrekkelijke en onderscheidende wijze te tonen. In deze campagne profileert de Rijksoverheid zich als werkgever waar gewerkt wordt aan complexe, maatschappelijke vraagstukken en waar een concrete bijdrage geleverd wordt aan de Nederlandse samenleving. Werken bij die Rijksoverheid gaat vaak gepaard met dilemma's of afwegingen waar een ambtenaar mee te maken krijgt. De twee foto's tezamen op die campagne-uiting beelden één van de vele dilemma's en/of één van de vele afwegingen uit waar een ambtenaar bij de Rijksoverheid zich mee geconfronteerd kan zien. Deze lijn zit in alle campagnebeelden. Het beeld waar de vraag zich op richt is dus onderdeel van een reeks van campagnebeelden waar deze lijn

consequent in is doorgevoerd. Het campagnebeeld waar u op doelt staat voor vraagstukken die zich bevinden op het terrein van integratie en diversiteit. Ter nadere toelichting is een aantal voorbeelden van dilemma-advertenties bijgevoegd.¹ De opzet van de advertenties is mét tekst, terwijl de advertenties vaak ook zonder tekst worden getoond.

5

Dat risico herken ik niet. Dit geldt evenmin voor het risico dat er een beeld zou worden gecreëerd dat de Rijksoverheid zou willen stimuleren dat vrouwen met de getoonde kledingkeuzes geworven worden.

6

Ja, deze campagne kan succesvol worden genoemd. De wens om bij de Rijksoverheid te werken is in de looptijd van deze campagne duidelijk gestegen en bevindt zich op een relatief hoog niveau.

Deze campagne is gestart in 2008 en is sindsdien twee maal per jaar ingezet. De campagne zal doorlopen zal tot medio volgend jaar.

¹ Ter inzage gelegd bij het Centraal Informatiepunt Tweede Kamer.