

2010Z11906

Vragen van het lid Van Klaveren (PVV) aan de minister van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties over het vervolg van de antidiscriminatiecampagne. (Ingezonden 26 augustus 2010)

1

In hoeverre klopt het dat de antidiscriminatiecampagne 'Moet je je eigen ik verstoppen om geaccepteerd te worden?' dit najaar een vervolg krijgt? 1)

Antwoord 1:

Dat klopt. De campagne is inmiddels van start gegaan en zal tot 26 september voortduren.

2

Op welke wijze wordt in de campagne duidelijk gemaakt dat niet slechts allochtonen, vrouwen en gehandicapten te maken krijgen met discriminatie?

Antwoord 2:

De antidiscriminatiecampagne is breed opgezet en betreft onder andere Postbus 51 tv-commercials en radiospotjes, een website, advertenties in dagbladen, een special in de Metro-krant en webbanners. De campagne is gericht op alle burgers in Nederland. De achtergrond van deze campagne is de boodschap dat iedereen die in Nederland woont recht heeft op bescherming tegen discriminatie en dat niemand vanwege irrelevante kenmerken mag worden uitgesloten. Dit geldt bijvoorbeeld voor zowel autochtonen als allochtonen, voor vrouwen en mannen, gelovigen en niet-gelovigen, mensen met een lichte of donkere huidskleur, hetero- en homoseksueel. Dit is in de campagne verwoord als dat *'niemand zijn eigen ik dient te verstoppen om geaccepteerd te worden'*.

In de campagne-uitingen wordt dit uiteengezet vanuit de voorbeelden van de meest voorkomende discriminatiegronden. In het geval van de tv-commercial bijvoorbeeld zijn dat niet alleen de gronden ras, geslacht en handicap maar ook de gronden seksuele gerichtheid, religie en leeftijd. In de nieuwe uitingen van deze campagne zoals de videotestimonials op de website discriminatie.nl en in de discriminatiespecial in de Metro-krant van 6 september jl. wordt eveneens aandacht besteed aan allerlei vormen van discriminatie. Het is niet mogelijk om in elke campagne-uiting uitputtend te zijn in de discriminatiegronden. De discriminatiegronden die echter aan bod komen, zijn representatief voor de gronden die niet genoemd worden.

De kernboodschap van alle campagne-uitingen is dat iedereen die discriminatie ervaart, op welke grond dan ook, wordt opgeroepen om discriminatie te melden. Deze boodschap wordt ook zo benadrukt op de campagnewebsite discriminatie.nl waar aandacht wordt besteed aan alle wettelijke discriminatiegronden. Op de website is er de mogelijkheid voor eenieder om welke vorm van (vermeende) discriminatie dan ook te melden bij een antidiscriminatiebureau in de buurt, hetzij via een digitaal formulier, hetzij via het landelijk telefoon(meld)nummer 0900- 2354 354.

3

Hoe verhoudt de achterliggende campagnetekst 'Want voor een baan is niet je geslacht belangrijk, maar je talent' zich tot het gevoerde beleid bij de politie om exclusief op zoek te gaan naar vrouwelijke en/of allochtone kandidaten? 2)

Antwoord 3:

In mijn beantwoording op kamervragen betreffende de kwestie van de personeelsadvertentie van de politie Drenthe, Friesland en Groningen heb ik aangegeven

dat kwaliteit centraal staat bij het werven van politiepersoneel en dat uitsluiting van een vacature op basis van bijvoorbeeld geslacht in strijd is met vigerende wetgeving.³ De campagnetekst is in lijn met deze beantwoording.

4

Wordt de antidiscriminatiecampagne 2010 op zodanige wijze aangepast dat ook aandacht wordt geschonken aan discriminatie (onder andere door de overheid) van andere groepen dan vrouwen, allochtonen en gehandicapten? Zo nee, waarom niet?

Antwoord 4:

De antidiscriminatiecampagne is, zoals eerder aangegeven, gericht op alle burgers. In de campagne-uitingen, ook de nieuwe campagne-uitingen zoals de videotestimonials en de Metro-special, wordt aandacht besteed aan allerlei vormen van discriminatie en is er zeker aandacht voor de discriminatie van andere groepen dan welke door u zijn genoemd. Zie ook het antwoord op vraag 2.

- 1) www.discriminatie.nl/campagne
- 2) NRC Handelsblad, 15 juni 2010

³ *Aanhangsel Handelingen II* 2009-2010, nrs. 2780 en 2781