



Ministerie van Defensie

> Retouradres Postbus 20701 2500 ES Den Haag

de Voorzitter van de Tweede Kamer
der Staten-Generaal
Plein 2
2511 CR Den Haag

Ministerie van Defensie

Plein 4
MPC 58 B
Postbus 20701
2500 ES Den Haag
www.defensie.nl

Datum 12 mei 2011
Betreft Antwoorden op de vragen van de leden Hernandez en Wilders over de
pro-islam wervingsadvertentie

Onze referentie

BS2011014187

*Bij beantwoording datum,
onze referentie en betreft
vermelden.*

Hierbij bied ik u de antwoorden aan op de vragen van leden Hernandez en Wilders (beiden PVV) over de pro-islam wervingsadvertentie van het ministerie van Defensie in het dagblad Metro (ingezonden 6 april 2011 met kenmerk 2011Z07177).

DE MINISTER VAN DEFENSIE

drs. J.S.J. Hillen

Antwoorden op de vragen van de leden Hernandez en Wilders (beiden PVV) over de pro-islam wervingsadvertentie van het ministerie van Defensie in het dagblad Metro (ingezonden 6 april 2011 met kenmerk 2011Z07177).

Ministerie van Defensie

Datum

Onze referentie
BS2011014187

1

Bent u bekend met uw wervingsadvertentie waarin een islamitische militair op zijn knieën aan het bidden is? 1)

Ja.

2

Maakt deze wervingsadvertentie deel uit van het Actieplan Diversiteit Defensie? Zo ja, kunt u verklaren waarom Defensie op een dergelijke wijze blijft adverteren, terwijl het Actieplan Diversiteit Defensie conform het regeerakkoord per 9 februari 2011 is beëindigd? Zo nee, uit welk potje wordt deze campagne dan betaald en hoeveel belastinggeld is hiermee gemoeid?

3

Deelt u de strekking van deze wervingsadvertentie waarin impliciet wordt gesteld dat Defensie rekening houdt met islamitische feestdagen en voedingswensen? Ja Zo ja, waarom?

Het Actieplan Diversiteit Defensie is inderdaad beëindigd. In de beleidsbrief van 8 april jl. (Kamerstuk 32 733, nr. 1) heb ik uiteengezet dat verjonging van het militaire personeelsbestand essentieel is om op termijn een inzetbare krijgsmacht te behouden. Deze verjonging wordt bereikt door voordurend personeel te werven onder jongeren met uiteenlopende achtergronden. Een van de doelen van een wervingscampagne is de beïnvloeding van de sociale omgeving van mogelijke kandidaten, de zogenaamde *influentials*. De advertentie in de Metro van 4 april jl. maakt hiervan deel uit. De advertentie heeft € 14.000 gekost en is betaald uit het reguliere wervingsbudget.

4

Deelt u de mening dat dit wederom een voorbeeld is van toenemende islamisering van de Nederlandse krijgsmacht en dat hier zo snel mogelijk een einde aan moet worden gemaakt? Zo nee, waarom niet?

Van een toenemende islamisering in de krijgsmacht is geen sprake; een dergelijke ontwikkeling is oogmerk noch uitkomst. Zoals ik op 24 november 2010 heb uiteengezet tijdens het wetgevingsoverleg Personeel (Kamerstuk 32 500 X, nr. 41) moet Defensie blijven werven. Op de arbeidsmarkt bevinden zich vogels van diverse pluimage. Voor een optimale werving kan aansluiting worden gezocht bij de belevingswereld van subgroepen. Degenen die aan de vereisten voldoen, zijn welkom bij Defensie. Voorts heb ik mijn brief van 17 maart jl. (Handelingen TK 2010-2011, aanhangsel nr. 1848) uiteengezet dat ik de Islam als een godsdienst beschouw die met hetzelfde respect en dezelfde regels wordt omgeven als andere religies.

5

Zou u deze vragen uitgebreider kunnen beantwoorden dan de eerdere vragen van de leden Hernandez en Wilders over het symposium bij Defensie in het kader van islam en de krijgsmacht? 2)

Ja.

- 1) Dagblad Metro, maandag 4 april 2011, pg. 4
- 2) Aankhangsel Handelingen, vergaderjaar 2010-2011, nr. 1848

Ministerie van Defensie

Datum

Onze referentie
BS2011014187