

> Retouradres: Postbus 20901, 2500 EX Den Haag

De voorzitter van de Tweede Kamer
der Staten-Generaal
Binnenhof 4
2513 AA DEN HAAG

Plesmanweg 1-6
2594 JG Den Haag
Postbus 20901
2500 EX Den Haag
T 070 351 61 71
F 070 351 78 95

Contactpersoon

T

Ons kenmerk

VENW/DGMO-2009/1312

Uw kenmerk

2009z01437/2080910990

Bijlage(n)

-

Datum 4 maart 2009
Onderwerp Kamervragen

Geachte voorzitter,

Hiermee beantwoord ik de vragen die het lid Van der Staaij heeft gesteld over een atheïstische reclamecampagne op bussen.

1. Heeft u kennisgenomen van het initiatief van onder meer de humanistische denktank CFI om in Nederland een atheïstische reclamecampagne op te zetten, waarbij men bussen met expliciet atheïstische reclame wil laten rondrijden?

1. Ja.

2. Hoe beoordeelt u dit initiatief, waarbij het de intentie is om "specifieke bussen te laten rondrijden met reclame tegen God, Allah en Jahweh"? ¹

2.

De beoordeling van reclame-uitingen moet primair worden gedaan door degene aan wie het verzoek om reclames te mogen plaatsen gericht is. In dit geval zijn dat de verschillende vervoerbedrijven. Daar zal men moeten kijken of deze concrete reclame-uiting gepast is of niet. Ik ga er daarbij vanuit dat de OV-bedrijven bij deze beoordeling rekening houden met hun publieke rol en maatschappelijke betekenis.

3. In hoeverre kennen busmaatschappijen beleid ten aanzien van de aard van reclameboodschappen op bussen? Staat het busmaatschappijen ook vrij om bepaalde reclameboodschappen te weigeren? Hoe zullen busmaatschappijen - naar uw inschatting - omgaan met dit initiatief?

3.

Uit navraag is mij gebleken dat de vervoersmaatschappijen verschillende beleidlijnen hanteren ten aanzien van reclameboodschappen op bussen. Sommige weigeren reclames op hun bussen. Anderen beoordelen de verzoeken zelf aan de hand van de Nederlandse Reclame Code. Weer andere hebben de

¹ Reformatorisch Dagblad, 27 januari 2009

reclame-uitingen aan externe bureaus uitbesteed, die zelf aan de hand van de Nederlandse Reclame Code beoordelen, zo nodig in samenspraak met hun opdrachtgever, of een reclame al of niet geschikt is om op de bussen geplaatst te worden. In veel gevallen bevat het contract tussen busmaatschappij en reclame-exploitant ook bepaalde richtlijnen. Daarnaast worden zij in bepaalde gevallen beperkt door de concessievoorschriften. Zie daarvoor het antwoord onder uw vraag vijf. Busmaatschappijen zullen dus verschillend om kunnen gaan met dit initiatief.

Datum

4 maart 2009

Ons kenmerk

VenW/DGMO-2009/1312

4. Past het in uw ogen bij het openbare karakter van het openbaar vervoer om daarop reclameteksten te plaatsen die voor verschillende bevolkingsgroepen aanstootgevend kunnen zijn? Licht grote terughoudendheid hier niet veel meer in de rede?

4.

Het is het de zaak van de betrokken vervoerbedrijven om deze reclames al of niet te accepteren. Bepaalde reclameboodschappen zullen zij niet accepteren als er sprake is van aanstootgevende reclame. Voor eventuele klachten kunnen burgers of organisaties zich wenden tot de Reclame Code Commissie.

5. Zijn er richtlijnen – bijvoorbeeld rond de concessieverlening – ten aanzien van de aard van de reclameboodschappen op het openbaar vervoer? Zo ja, welke en past deze campagne binnen deze richtlijnen? Indien er geen richtlijnen bestaan, is dit dan niet gewenst?

5.

De decentrale overheden (provincies en stadsregio's) zijn de verantwoordelijke overheden voor het stads- en streekvervoer. Zij hebben de mogelijkheid om in de concessievoorschriften eisen of richtlijnen op te nemen met betrekking tot reclameboodschappen. Een inventarisatie bij de helft van alle OV-concessies leert dat overheden hier wisselend mee omgaan: soms zijn wel en soms geen specifieke voorschriften opgenomen. Daar waar er specifieke voorschriften gelden, worden deze in een aantal gevallen nader gespecificeerd, ofwel door bijvoorbeeld te verbieden dat er reclame op de ruiten komt, ofwel door eisen te stellen als: "niet aanstootgevend", "niet onbetamelijk en niet indruisend tegen de in het maatschappelijk verkeer algemeen aanvaarde omgangsvormen".

6. Licht het niet in de verwachting dat (sommige) buschauffeurs grote bezwaren zullen kennen ten aanzien van het rondrijden met een bus met daarop mogelijk aanstootgevende of krenkende reclameteksten? Wat is de positie van dergelijke mogelijk bezwaarde werknemers? Hebben zij het recht te weigeren rond te rijden met dergelijke teksten?

6.

Dit is een zaak tussen werknemers en werkgevers. Overigens ga ik er vanuit, zoals ik bij vraag 1 aangaf, dat OV-bedrijven bij de beoordeling van reclame-uitingen rekening houden met hun publieke rol en maatschappelijke betekenis. Vanzelfsprekend hoort daar ook bij dat men rekening houdt met het eigen personeel.

7. Bent u bereid te bevorderen, dat deze mogelijk aanstootgevende reclamecampagne op bussen geen doorgang zal vinden? Op welke wijze?

7.

Daartoe heb ik niet de mogelijkheden. Als staatssecretaris draag ik alleen de systeemverantwoordelijkheid voor het regionaal OV. De directe verantwoordelijkheid, en daarmee ook de mogelijkheid om eventueel aanstootgevende reclame op bussen te vermijden, ligt bij de decentrale overheden.

Hoogachtend,

DE STAATSSECRETARIS VAN VERKEER EN WATERSTAAT,

J.C. Huizinga-Heringa

Datum

4 maart 2009

Ons kenmerk

VenW/DGMO-2009/1312