

Ministerie van Algemene Zaken

> Retouradres Postbus 20001 2500 EA Den Haag

Tweede Kamer der Staten-Generaal
t.a.v. de Voorzitter
Postbus 20018
2500 EA DEN HAAG

Directie Financieel- Economische Zaken

Binnenhof 19
2513 AA Den Haag
Postbus 20001
2500 EA Den Haag
www.rijksoverheid.nl

Contactpersoon

L.J.E. Blomen MSc
Senior Controller

T 070 356 4022
l.blomen@minaz.nl

Onze referentie

3946161

Datum 23 juni 2017

Betreft Antwoorden op de vragen van de commissie voor Binnenlandse Zaken

Geachte voorzitter,

Hierbij bied ik u de antwoorden aan op vragen over de wijzigingen in de begroting van de Koning 2017 en de begroting van het ministerie van Algemene Zaken, het Kabinet van de Koning en de Commissie van Toezicht betreffende de Inlichtingen- en Veiligheidsdiensten 2017, gesteld in het verslag van de vaste commissie voor Binnenlandse Zaken naar aanleiding van de Voorjaarsnota 2017.

DE MINISTER-PRESIDENT,
Minister van Algemene Zaken,

Mark Rutte

Vragen en antwoorden over de begroting van het ministerie van Algemene Zaken, het Kabinet van de Koning en de Commissie van Toezicht betreffende de Inlichtingen- en Veiligheidsdiensten 2017 naar aanleiding van de Voorjaarsnota 2017

Vraag 1

Hoe wordt bepaald op welke websites geadverteerd wordt?

Antwoord op vraag 1

Op basis van de doelstellingen van de campagne worden doelgroepen bepaald. Het mediabureau adviseert over de inzet van mediakanalen om deze doelgroepen te bereiken en koopt de mediainzet in.

Vraag 2

Wie hebben het besluit genomen om niet meer op GeenStijl te adverteren en om welke redenen? Wat is er veranderd in het toetsingskader waardoor dit niet langer gebeurde? Kunt u tevens dit toetsingskader toesturen en aangeven welke websites er specifiek worden uitgesloten?

Vraag 3

Wat zijn de criteria om op bepaalde websites wel/niet te adverteren?

Antwoord op vraag 2 en 3

De Rijksoverheid kent geen algemene lijn die voorschrijft op welke websites wel of niet mag worden geadverteerd en mag in haar rol als adverteerder permanent afwegen of en waar ze gebruik wil maken van advertentieruimtes.

De Rijksoverheid maakt - mede uit efficiency-overwegingen - gebruik van een mediabureau voor het plaatsen van advertenties. Dit bureau baseert het advies (mede) op een afwegingskader dat voorschrijft dat websites niet gericht mogen zijn op het verspreiden of uitdragen van illegale downloads, pornografie/seks, geweld, overmatig drankgebruik, drugsgebruik, online gokken en schendingen van de wet in het algemeen. Daarnaast mogen advertenties alleen worden geplaatst op Nederlandse sites of gericht op de Nederlandse bezoekers van buitenlandse sites. Dit is vastgelegd in de contracten met exploitanten.

Het staat departementen vanzelfsprekend te allen tijde vrij om - behoudens lopende contractuele verplichtingen - de afweging te maken wel of niet op een bepaalde website te adverteren. De departementen hebben - om voor hen moverende redenen - het besluit genomen om al dan niet tijdelijk niet meer op GeenStijl te adverteren.

Vraag 4

Kunt u een overzicht geven van alle (uitgevoerde en geplande) campagnes, inclusief de kosten, opgesplitst per medium en per medium verder opgesplitst in specifieke kranten, websites, etc.

Antwoord op vraag 4

Uitgevoerde campagnes

Informatie over de gevoerde campagnes en de daarbij ingezette mediatypes en kosten is beschikbaar via de Jaarevaluatie campagnes rijksoverheid, die op 17-05 jl. is aangeboden aan de Kamer. Deze informatie is ook beschikbaar op rijksoverheid.nl: www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/campagnes/inhoud/jaarevaluatie-campagnes

Geplande campagnes

Voor 2017 zijn de volgende campagnes door de ministeries centraal aangemeld:

Onderwerp campagne	Departement
Douane Reizigerscampagne	Financiën/Belastingdienst
Digitalisering Belastingdienst MijnOverheid	Financiën/Belastingdienst
Verkiezingen	BZK
Preventie. Maak het ze niet te gemakkelijk	VenJ
VanAnaarBeter	IenM
Overall dichtbij met 24/7 BZ	BZ
4&5 mei	VWS
NL Alert	VenJ
Orgaandonatie	VWS
NIX18 geen alcohol en tabak onder de 18 jaar	VWS
Depressies	VWS
Bob	IenM
Aandacht Auto. Daar kun je mee thuis komen	IenM
Geweld in huiselijke kring	VWS
Meedoen met een handicap	VWS
Armoede en kinderen	SZW
Verlies Nederlanderschap	VenJ
Beschut werk	SZW

Na afronding van de campagnes wordt het campagneverslag toegevoegd aan het dossier op rijksoverheid (www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/campagnes).

Vraag 5

Vallen onder het budget van ruim € 22 mln. alle kosten voor campagnes van alle departementen, dus bijvoorbeeld ook de mediacampagnes van Defensie? Zo niet, welke campagnes en/of departementen vallen hier buiten?

Antwoord op vraag 5

In de 1^e suppletore wet van Algemene Zaken wordt in tabel 2.2. het bedrag van ruim € 22 miljoen genoemd. Dit betreft de bijdrage van AZ aan het agentschap Dienst Publiek en Communicatie voor de gemeenschappelijke dienstverlening zoals publiekvoorlichting, website Rijksoverheid.nl, communicatieonderzoek. Dit heeft geen betrekking op de kosten van campagnes van de departementen.

De totale bestedingen aan voorlichtingscampagnes in 2016 bedroegen ruim € 19 mln en zijn door de opdrachtgevende ministeries betaald. De campagne van Defensie valt onder de categorie 'arbeidsmarktcommunicatie'. In de Jaarevaluatie campagne rijksoverheid (<https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/campagnes/inhoud/campagnes-2016>) zijn de kosten van overheidscampagnes toegelicht.

Vraag 6

Voert Algemene Zaken (AZ) ten aanzien van de campagnes van andere departementen slechts uit of worden er vanuit AZ bepaalde (rand)voorwaarden opgelegd?

Antwoord op vraag 6

Er worden vanuit AZ geen inhoudelijke randvoorwaarden opgelegd. In de Voorlichtingsraad is afgesproken dat alle voorlichtingscampagnes centraal worden aangemeld, getoetst en verplicht worden geëvalueerd. Aanmelding van campagnes door ministeries bij DPC is verplicht voor alle campagnes die gebruik maken van Zentijd Rijksoverheid en/of met een mediabudget van € 150.000,- inclusief btw en hoger. Als Inkoop- en Uitvoeringscentrum (IUC) voor de communicatiediscipline van de rijksoverheid, voert DPC de inkoop van campagneontwikkeling, media en onderzoek uit en adviseert de ministeries waar nodig.

Toetsing van de aangemelde campagnes vindt plaats door een toetsingscommissie, bestaande uit AZ en enkele departementen. De Toetsingscommissie ziet toe op aanmelding van de rtv-campagnes, eerbiediging van de toezegging aan de Tweede Kamer van maximaal twintig massamediale campagnes per jaar.

Vraag 7

Op welk niveau worden de beslissingen genomen om op bepaalde websites wel/niet te adverteren?

Antwoord op vraag 7

De Dienst Publiek en Communicatie adviseert en koopt in, het opdrachtgevende departement beslist.

Vraag 8

Welke externe organisaties, inclusief namen, worden ingeschakeld ten behoeve van de campagnes en ook de online mediacampagnes?

Antwoord op vraag 8

DPC is Inkoop- en Uitvoeringscentrum voor de communicatiediscipline van de Rijksoverheid. Voor de ontwikkeling van campagnes, inkoop van media en uitvoering van onderzoek heeft DPC een infrastructuur van (raam-)overeenkomsten georganiseerd. Het gaat daarbij om de volgende mogelijke leveranciers:

Ontwikkelen van campagnes:

- Grote campagnes: Roorda & Tabula Rasa, JWT, Publicis, KesselsKramer
- Middelgrote en kleine campagnes: Roorda, Oddshop, Grey
- Pr bij aangemelde campagnes: BKB, Hollander van der Meij, Schuttelaar & partners

Advies over en inkoop van media:

- Initiative

Uitvoeren van onderzoek:

- Kantar Public (voor campagne-effectonderzoek)
- Blauw, Ferro en Mare (o.a. voor doelgroeponderzoek en het pre- en concepttesten van strategieën, boodschappen en middelen)
- Memo2 (voor effecten van online inzet)

Vraag 9

Op welke wijze worden online campagnes geëvalueerd?

Antwoord op vraag 9

Voor de online campagnemiddelen die worden ingezet (o.a. websites, facebookpagina's, banners, online video's en gesponsorde posts) worden metingen uitgevoerd die inzicht geven in sitebezoek, doelgroepbereik, advertentiezichtbaarheid, conversie (online doelvolltooiingen) en kosten. Voor de campagnes waarvoor DPC in opdracht van het departement een campagne-effectonderzoek uitvoert analyseert het onderzoeksbureau Memo2 deze kencijfers aan de hand van een benchmark en rapporteert die in de standaard campagneeffectrapportage (zie www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/campagnes/inhoud/campagneresultaten-2016).

Vraag 10

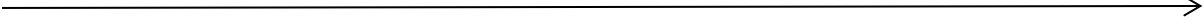
Kunt u een schematisch overzicht geven waarin de beslissingen zijn opgenomen met betrekking tot online campagnes vanaf het besluit een campagne te starten t/m de afrondende evaluatie, waarbij alle actoren worden meegenomen?

Antwoord op vraag 10

Campagnes worden als beleidsinstrument, naast wetgeving, handhaving en subsidies, ingezet als dit effectief en efficiënt is voor het bereiken van beleidsdoelstellingen. De Rijksoverheid ziet online als onderdeel van crossmediale campagnes, een mix van elkaar versterkende en aanvullende online en offline middelen.

Het proces ziet er als volgt uit:

Opdrachtverlening campagne	Strategie- en conceptontwikkeling en uitwerking	Start en optimalisatie campagne	Afronden en evalueren
----------------------------	---	---------------------------------	-----------------------



Opdrachtverlening campagne

Vanuit de opdrachtgever volgt een briefing met hierin een opdracht en de doelstellingen van de campagne aan een reclamebureau en/of het mediabureau. Opdrachtgever is het vakdepartement of de Dienst Publiek en Communicatie in opdracht van het vakdepartement.

Strategieontwikkeling, conceptontwikkeling en uitwerking campagne

De bureaus leveren campagnestrategie, een mediastrategie en een creatief concept aan de opdrachtgever. Concepten kunnen getest worden onder de doelgroep door een onderzoeksbureau. Als het opdrachtgevende departement het concept goedkeurt, wordt het uitgewerkt in content, middelen en acties. Ook een mediaplan op titelniveau wordt geleverd. Opdrachtgevend departement keurt de middelen, content, acties en mediaplan goed.

Start en optimalisatie campagne

Bureaus leveren geaccordeerde content, middelen en acties aan bij exploitanten, leveranciers en opdrachtgever, waarna het eindproduct wordt uitgezonden, live gezet, of uitgevoerd. Tijdens de looptijd wordt de campagne geoptimaliseerd door het mediabureau aan de hand van key performance indicators en de campagnedoelstellingen. Een onderzoeksbureau kan extra webanalyses uitvoeren (zie vraag 8).

Afronden en evalueren campagne

Dienst Publiek en Communicatie levert een eindrapport op van het campagne-effectonderzoek en rapporteert hier jaarlijks op Verantwoordingsdag over aan de Tweede Kamer.

Vragen en antwoorden over de begroting van de Koning 2017 naar aanleiding van de Voorjaarsnota 2017

Vraag 1

Waarom wordt de verhoging van de functionele uitgaven van de Koning (605.000 euro) uitgegeven?

Antwoord op vraag 1

Vanuit de aanvullende posten arbeidsvoorwaarden en prijsbijstelling is in totaal 605.000 euro overgeheveld naar de begroting van de Koning, in het kader van loon- en prijsbijstelling en ter compensatie van de pensioenpremiestijging. Deze bijstellingen gelden voor de gehele Rijksoverheid, de begroting van de Koning volgt hierin de rijksbrede ontwikkelingen.

De bijstellingen betreffen de functionele uitgaven van de Dienst van het Koninklijk Huis (DKH) en zijn ten behoeve van personele en materiële uitgaven van DKH. Zo bestaat de loonbijstelling uit een vergoeding voor de contractloonontwikkeling en de ontwikkeling in sociale werkgeverslasten. Verder heeft het ABP per 1 januari 2017 de pensioenpremie verhoogd. Ter compensatie van de pensioenpremiestijging is € 342 miljoen aan de loonruimte 2017 van de gehele Rijksoverheid toegevoegd, waarvan het aandeel voor DKH bij Voorjaarsnota is verwerkt. Tot slot bestaat de prijsbijstelling uit een vergoeding voor de prijsstijgingen.