

35 300-VIII

Vaststelling van de begrotingsstaten van het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (VIII) voor het jaar 2020

Nr.

Verslag van een schriftelijk overleg

Vastgesteld d.d. ...

Binnen de vaste commissie voor Onderwijs, Cultuur en Wetenschap hebben enkele fracties de behoefte om vragen en opmerkingen voor te leggen over de brief van de minister voor Basis- en Voortgezet Onderwijs en Media d.d. 11 februari 2020 inzake sponsorconvenant 2020-2022 (Kamerstuk 35 300-VIII, nr. 148).

Bij brief van ... heeft de minister deze beantwoord. Vragen en antwoorden zijn hierna afgedrukt.

Voorzitter van de commissie
Tellegen

Adjunct-griffier van de commissie
Verouden

Inhoud

- I Vragen en opmerkingen uit de fracties**
 - **Inbreng van de leden van de VVD-fractie**
 - **Inbreng van de leden van de SP-fractie**
 - **Inbreng van de leden van de PvdD-fractie**
- II Reactie van de minister voor Basis- en Voortgezet Onderwijs en Media**

I Vragen en opmerkingen uit de fracties

Inbreng van de leden van de VVD-fractie

De leden van de VVD-fractie hebben met interesse kennisgenomen van het sponsorconvenant 2020-2022 en hebben hierover nog enkele vragen.

Deze leden lezen dat bij ongeveer twee vijfde van scholen die sponsoring ontvangen niet altijd de medezeggenschapsraad bij het sponsorbeleid wordt geraadpleegd, terwijl ze wel instemmingsrecht hebben. Hoe gaat de minister ervoor zorgen dat dit voortaan wel gebeurt? In hoeverre zijn er bij het convenant restricties opgelegd op sponsoring uit onvrije landen? Ziet de minister mogelijkheden om dit nog extra te onderschrijven in het convenant? Heeft de minister signalen dat er sponsoring afkomstig is uit onvrije landen? Zo ja, welke signalen zijn dit? Zo nee, op welke manier ziet de minister hierop toe? Welke landen typeert de minister als onvrij?

Voornoemde leden vragen welke mogelijkheden de minister of de Inspectie van het Onderwijs heeft om specifieke sponsoring tegen te houden, bijvoorbeeld sponsoring uit onvrije landen. Deze leden lezen dat de sponsoring dient bij te dragen aan een goede toekomst van kinderen, kan de minister hier meer uitleg over geven? Hoe wordt er getoetst dat er sprake is dat bepaalde sponsoring bijdraagt aan 'een goede toekomst van kinderen'? Kan de minister sponsoring verbieden van organisaties of bedrijven die ongelijkheid tussen jongens en meisjes nastreven, die anti-LHBT zijn, die antidemocratisch of anti-integratief handelen, of die een

samenleving prediken waar mensen niet gelijk behandeld moeten worden? Zo ja, hoe wordt hierop toegezien? Zo nee, waarom niet, zo vragen deze leden.

Inbreng van de leden van de SP-fractie

De leden van de SP-fractie hebben kennisgenomen van het sponsorconvenant 2020-2022. Zij hebben daar nog enkele vragen over.

Deze leden vragen allereerst of de minister van mening is dat ieder bedrijf of iedere organisatie scholen zou mogen sponsoren voor welke tegenprestatie dan ook? Kan de minister zijn antwoord toelichten? Kan de minister daarnaast een overzicht geven van de bedrijven en organisaties die actief zijn als sponsoren in het onderwijs? Kan de minister tevens aangeven hoeveel euro er jaarlijks als sponsorgeld het onderwijs instroomt in totaal en uitgesplitst naar bedrijf en organisatie? Zo niet, is de minister bereid hier onderzoek naar te doen en de resultaten met de Kamer te delen?

De minister geeft in zijn brief aan dat sponsoring veelal kleine, incidentele bedragen betreft. Echter uit de Evaluatie sponsorconvenant 2015-2018¹ blijkt dat er ook scholen zijn die meer dan 10.000 euro aan sponsorgeld ontvangen, namelijk 13 procent van de bevroegde scholen. Kan de minister toelichten waar scholen dit geld voor gebruiken, wie deze hoge bedragen sponsoren en welke tegenprestaties daarvoor gevraagd worden?

Volgens de minister maken recente technologische ontwikkelingen het aannemelijker dat scholen in aanraking komen met bedrijven die data via digitale hulpmiddelen in het onderwijs zouden kunnen vergaren. Vindt de minister dat scholen en medezeggenschapsraden voldoende kennis hebben over digitalisering en de mogelijke gevolgen daarvan? Hebben scholen en medezeggenschapsraden bijvoorbeeld voldoende kennis over de manier waarop (internationale) technologiebedrijven data kunnen vergaren via digitale hulpmiddelen in het onderwijs en wat de gevolgen daarvan kunnen zijn? Is de minister het eens met deze leden dat al deze technologiebedrijven die in het onderwijs te vinden zijn, het privacy convenant zouden moeten tekenen? Mede zodat scholen en medezeggenschapsraden weten dat deze bedrijven zich aan de gemaakte afspraken zullen houden.

Voornoemde leden vragen de minister wie overkoepelend toezicht houdt op de communicatie richting scholen op de logische momenten en of medezeggenschapsraden dan ook apart worden benaderd. Is het, gezien de coronacrisis, nog steeds de planning om dit voorjaar het convenant onder de aandacht van alle scholen te brengen? Zo niet, wanneer dan?

In de toelichting van het sponsorconvenant staat dat een tegenprestatie kan bestaan uit vermelding van de naam van de sponsor in communicatiemiddelen, maar ook het gebruik van bepaald lesmateriaal of het verplicht uitdragen van een boodschap namens de sponsor. Hebben signalen de minister bereikt dat er scholen zijn die uit financiële nood sponsorgeld hebben aangenomen in ruil voor een van deze mogelijke tegenprestaties? Heeft de minister zicht op hoe vaak er een tegenprestatie door de school is afgesproken, maar dat de medezeggenschapsraad hiervan niet op de hoogte was gedurende de looptijd van het vorige sponsorconvenant, zo vragen deze leden.

Ten slotte vragen deze leden of ik kan toezeggen dat particuliere bijlesinstituten worden uitgezonderd van de mogelijkheid tot sponsoring van scholen, zodat zij als tegenprestatie niet

¹ Kamerstuk 35 300-VIII, nr. 80

kunnen eisen dat er bijvoorbeeld reclame gemaakt wordt op scholen, naar aanleiding van de aangenomen moties Kwint/Westerveld² en Westerveld/Kwint³ betreffende het terugdringen van particuliere bijlesinstituten op scholen.

Inbreng van de leden van de PvdD-fractie

De leden van de PvdD-fractie hebben kennisgenomen van de stukken en hebben hierover nog enkele kritische vragen en opmerkingen.

Deze leden vragen regelmatig aandacht voor vormen van ongewenste beïnvloeding van het onderwijs⁴, bijvoorbeeld door bedrijven uit de fossiele industrie en bio-industrie, maar ook door jagers. Door kinderen al op jonge leeftijd te beïnvloeden proberen bepaalde bedrijven of organisaties zichzelf een positief imago aan te meten, terwijl daar in de werkelijkheid soms veel op aan te merken valt. Het instrument om hier iets tegen te doen is het sponsorconvenant. Het sponsorconvenant 2020-2022 heeft een reeks goede uitgangspunten. Zo mag de betreffende samenwerking de ontwikkeling van kinderen niet schaden en mag de onderwijsinhoud niet worden beïnvloed. Deze leden ondersteunen dergelijke uitgangspunten, maar wijzen er op dat het sponsorconvenant ook de nodige beperkingen bevat, waardoor een deel van deze uitgangspunten in de praktijk in de knel kunnen komen. Die beperkingen beginnen bij de keuze voor een convenant als instrument. ‘Bedrijven met kwade intenties’ trekken zich er tot nu toe weinig van aan. Bekende voorbeelden zijn Shell⁵, veevoergigant De Heus⁶ en de Jagersvereniging⁷ die allen het onderwijs lastigvallen met als lesmateriaal vermomde reclame voor zaken die moreel zeer discutabel zijn en daarbij bovendien een veel rooskleuriger voorstelling van zaken geven dan in de werkelijkheid het geval is.

Een ‘aanbeveling’ van de Reclame Code Commissie is voor sommige bedrijven helaas geen reden om te stoppen met het verspreiden van hun schadelijke boodschap. Neem bijvoorbeeld Shell, dat recent werd teruggefloten vanwege hun misleidende boodschap over het fossiele product GTL op “techniekfestival” Generation Discover⁸. In plaats van dat Shell haar fout erkende en een stevige rectificatie plaatste, reageerde Shell doodleuk dat ze het fossiele product GTL de volgende keer wat beter zal proberen uit te leggen⁹. Geen woord over de schadelijke effecten van het fossiele product waarvan Shell deed alsof het een bijdrage zou leveren aan een goed milieu en de Duurzame Ontwikkelingsdoelen van de VN.

Erkent de minister dat sommige bedrijven zich niets aan wensen te trekken van vrijblijvende afspraken? Erkent de minister dat een convenant daarmee een relatief zwak instrument is om bedrijven met kwade intenties af te schrikken? Zo nee, waarom niet? Wat vindt de minister van bedrijven die, ondanks een aanbeveling van de Reclame Code Commissie, toch doorgaan met het verspreiden van hun misleidende boodschap? Is de minister van mening dat bij herhaaldelijke overtredingen de mogelijkheid zou moeten bestaan om boetes uit te delen? Zo nee, waarom niet? Welke mogelijkheden ziet de minister voor het creëren of uitbreiden van

² Kamerstuk 31 293 nr. 505

³ Kamerstuk 31 293 nr. 507

⁴ Partij voor de Dieren, 6 november 2019, ‘Bijdrage van Raan aan debat over begroting OCW’, <https://www.partijvoordedieren.nl/bijdragen/bijdrage-van-raan-aan-debat-over-begroting-ocw>

⁵ Fossielvrij Onderwijs, ‘Voorbeelden fossiel lesmateriaal’, <https://fossielvrijonderwijs.nl/ontdek-zelf-greenwashing/>

⁶ De Heus, ‘Hoi, leuk dat je er bent!’, <https://www.deheuskidzz.nl/>

⁷ De Jagersvereniging, ‘Jeugd’, <https://www.jagersvereniging.nl/downloads/jeugd/>

⁸ Fossielvrij Onderwijs, 30 oktober 2019, ‘Shell teruggefloten om misleidende reclame voor kinderen’, <https://fossielvrijonderwijs.nl/2019/10/30/shell-teruggefloten-om-misleidende-reclame-generation-discover/>

⁹ Shell, 29 oktober 2019, ‘Aanbeveling Reclame Code Commissie over Shell GTL Fuel-informatie’, <https://www.shell.nl/media/persberichten/2019-media-releases/aanbeveling-reclame-code-commissie-over-shell-gtl-fuel-informatie.html>

deze mogelijkheid? Kan de minister toelichten waaruit blijkt dat het nieuwe sponsorconvenant 2020-2022 wel als gevolg zal hebben dat bedrijven met kwade intenties afgeschrikt zullen worden?

De verantwoordelijkheid om misleidende kindermarketing te herkennen is voornamelijk neergelegd bij de scholen. Wat gaat de minister gaan doen om leraren, ouders, schooldirecties en medezeggenschapsraden te helpen bij het herkennen van misleidend lesmateriaal? Kan de minister al meer vertellen over de aangekondigde checklist? Deelt de minister de mening dat deze checklist ook een passage dient te bevatten die duidelijk maakt dat sponsoring van een bedrijf of organisatie geen boodschap zou moeten bevatten die niets of verwaarloosbaar weinig te maken heeft met de daadwerkelijke activiteiten van het betreffende bedrijf of organisatie om greenwashing of antireclame te voorkomen? Zo nee, waarom niet?

Deelt de minister de mening dat het misleidend is als er grote discrepanties bestaan tussen het verdienmodel van het betreffende bedrijf en de inhoud van de aangeleverde sponsoring? Zo nee, waarom niet? Erkent de minister dat het niet de bedoeling zou moeten zijn dat een bepaalde vorm van misleidende kindermarketing door de ene school wel en door de andere school niet geweerd zou worden? Hoe gaat de minister in dat kader voorkomen dat er grote verschillen ontstaan tussen scholen in de wijze waarop zij omgaan met vergelijkbare vormen van kindermarketing? Hoe gaat de minister stimuleren dat scholen nog meer van elkaars ervaringen met ongewenste sponsoring kunnen leren?

In het stappenplan uit het sponsorconvenant 2020-2022 lijkt enige tegenstrijdigheid te zitten. In stap 1 staat onder andere de volgende opmerking: "Namen en logo's in lesmateriaal van een sponsor zijn ongewenst". In stap 2 wordt echter gesteld dat het voor de hand ligt dat naam en logo van de sponsor worden getoond in de school of in communicatiemiddelen van de school. Wat is hierop de zienswijze van de minister? Kan de minister meer toelichting geven op donaties die in de afgelopen jaren werden gedaan door bedrijven aan scholen? Kan de minister voorbeelden geven van donaties die in de ogen van de minister gewenst en ongewenst waren? Kan de minister toelichten hoe de controle is georganiseerd op het mogelijk alsnog leveren van tegenprestaties, waardoor een donatie een vorm van sponsoring wordt?

Het sponsorconvenant is momenteel nauwelijks bekend in het onderwijsveld, zo bleek uit de recente evaluatie¹⁰. Kan de minister uitgebreid toelichten hoe het onderwijsveld concreet geïnformeerd zal worden over het sponsorconvenant 2020-2022? Kan de minister al meer informatie verschaffen over de gezamenlijke communicatiestrategie die zal worden ontwikkeld door de ondertekenaars van het sponsorconvenant? Hoe gaat de minister het onderwijsveld wijzen op het algemene gevaar van als lesmateriaal vermomde kindermarketing, zeker wanneer deze lesmaterialen zijn opgesteld door bedrijven met een verdienmodel dat rechtstreeks in gaat tegen de belangen van kinderen, zoals bepaalde bedrijven uit de fossiele industrie, bio-industrie en luchtvaart?

De aan het woord zijnde leden wijzen de minister op het feit dat de klimaatcrisis en biodiversiteitscrisis een grote impact zullen hebben op onder andere de levens van kinderen en toekomstige generaties. Waarom wordt in het convenant niet gesproken over sponsoring door bedrijven die nadrukkelijk hebben bijgedragen aan het veroorzaken van de klimaatcrisis en biodiversiteitscrisis en nu hun markt proberen te verdedigen door via het klaslokaal draagvlak en sympathie te creëren? Is de minister bereid om in kaart te brengen welke bedrijven en sectoren verdienmodellen hebben die in strijd zijn met de belangen van kinderen? Zo nee, waarom niet? Deelt de minister de mening dat dergelijke bedrijven niets te zoeken hebben in het onderwijs? Zo nee, waarom niet? Kan de minister reflecteren op

¹⁰ Kamerstuk 35 300-VIII, nr. 80

bedrijven die bewust geld hebben uitgegeven aan klimaatontkenners, met als expliciet doel om twijfel te zaaien over klimaatverandering en de rol van de mens daarin?¹¹ Deelt de minister de mening dat dergelijke bedrijven niets te zoeken hebben in het onderwijs? Zo nee, waarom niet?

Misleidende sponsoring door bedrijven komt voor in allerlei vormen. Erkent de minister dat sponsoring een vorm is van marketing? Zo nee, waarom niet? Erkent de minister dat sponsoring op scholen een vorm is van marketing? Zo nee, waarom niet? Wat is volgens de minister de definitie van 'misleiding' in relatie tot lesmateriaal en sponsoring op scholen?

Erkent de minister dat de kans op misleiding groot zou zijn als bijvoorbeeld een fastfoodketen zoals McDonald's voornamelijk lesmateriaal zou aanbieden over gezonde voeding, of als een fossiel bedrijf lesmateriaal zou aanbieden over duurzame energie, of als de bio-industrie lesmateriaal zou aanbieden over dierenwelzijn? Zo nee, waarom niet?

De Inspectie van het Onderwijs heeft momenteel slechts een beperkte rol in het aanpakken van ongewenste beïnvloeding door bedrijven. De Kamer nam recent echter een motie aan van het lid Van Raan¹², waarin de regering wordt verzocht om parallel aan de verkenning naar informele scholing, te bezien of en hoe de Inspectie van het Onderwijs een toezichhoudende rol kan krijgen op die elementen van het onderwijs die worden georganiseerd door bedrijven. Het verzet tegen ongewenste beïnvloeding groeit! De uitvoering door de minister van deze aangenomen motie bleef echter ronduit ondermaats. In enkele korte alinea's schreef de minister wat de Kamer al wist en bleef een serieuze verkenning van de mogelijkheden uit¹³. Wat gaat de minister doen om deze motie alsnog uit te voeren? Kan de minister toelichten hoe de Inspectie van het Onderwijs op de hoogte wordt gehouden van ongewenste vormen van sponsoring? Ziet de minister aanleiding om deze informatiepositie nog verder te verbeteren? Zo ja, welke? Zo nee, waarom niet? Kan de minister toelichten hoe de verschillende klachten over sponsoring op scholen worden gemonitord? Is de minister bereid om de Kamer op regelmatige basis te informeren over de klachten die binnenkwamen? Zo nee, waarom niet, zo vragen deze leden.

II. Reactie van de minister voor Basis- en Voortgezet Onderwijs en Media

Reactie op de inbreng van de leden van de VVD-fractie

De leden van de VVD-fractie vragen hoe ik ervoor ga zorgen dat het percentage scholen dat de medezeggenschapsraad raadpleegt bij sponsorovereenkomsten stijgt. Ik vind het huidige percentage ook te laag. Alle scholen dienen zich aan de wet te houden en de medezeggenschapsraad te raadplegen bij besluitvorming over sponsorovereenkomsten. Als er signalen zijn dat dit niet gebeurt kan dit voor de Inspectie van het Onderwijs (hierna: inspectie) aanleiding zijn om aan een bestuur vragen te stellen of onderzoek te doen. Daarnaast zal ik samen met de convenantpartijen scholen op de verplichting de medezeggenschapsraad te raadplegen wijzen via een gezamenlijke communicatieaanpak. Dit zal een gecoördineerd moment, in september, zijn waarop het nieuwe sponsorconvenant wordt 'gelanceerd' onder scholen. Daarnaast komt er periodieke aandacht voor het sponsorconvenant op momenten waarop het gesprek in scholen over sponsoring logischerwijs gevoerd wordt ter voorbereiding van het nieuwe schooljaar. Dat doen de bij het

¹¹ Follow the Money, 15 februari 2020, 'Het Nederlandse bedrijfsleven financierde negen jaar lang een klimaatscepticus', <https://www.ftm.nl/artikelen/frits-bottcher-multinationals-financierden-klimaatscepticus?share=YsoWm0tdJ%2BqGfuMJdQILHRonFR14L36YwYJvPB%2F943QVG31wFNdfDykw2e0%3D>

¹² Kamerstuk 35 300-VIII, nr. 71

¹³ Kamerstuk 31 293, nr. 498

sponsorconvenant betrokken partijen steeds in dezelfde week met een zelfde boodschap richting scholen. Dit wordt ondersteund door een toegankelijke factsheet en checklist die OCW ontwikkelt. Daarnaast houden betrokken partijen contact met elkaar over logische momenten, zoals actualiteiten, om het convenant (opnieuw) onder de aandacht te brengen. Ik zal nadat de scholen weer open zijn en hun ritme terug hebben gevonden een factsheet en checklist over het sponsorconvenant verspreiden waarin wordt aangegeven dat de medezeggenschapsraad geconsulteerd moet worden bij sponsorovereenkomsten en hier instemmingsrecht op heeft.

Daarnaast vragen de leden mij of er vanuit het sponsorconvenant restricties zijn op sponsoring uit onvrije landen en of deze eventueel uitgebreid kunnen worden. Aan het sponsorconvenant is het criterium toegevoegd dat de bron van de sponsoring transparant moet zijn. De aangepaste spelregels over transparantie door scholen bij sponsoring door andere organisaties sluit goed aan bij het conceptwetsvoorstel *Transparantie maatschappelijke organisaties* van het ministerie van Justitie en Veiligheid over transparantie bij donaties afkomstig van landen buiten de EU/EER. Dit conceptwetsvoorstel ligt nu bij de Raad van State (RvS) voor advies. Het is verder aan de medezeggenschapsraad en de verdere schoolgemeenschap om te bepalen of het wenselijk is zich te laten sponsoren door (instanties van) andere landen. Overigens is de bron van sponsoring in het overgrote deel van de gevallen afkomstig van het Nederlandse mkb en komt sponsoring vanuit andere landen –al dan niet ‘onvrij’- niet of vrijwel niet voor. De definitie van een “onvrij land” vind ik overigens ingewikkeld. Een mogelijke definitie hiervan is onderdeel van een eventueel wetsvoorstel, dat wellicht gaat volgen uit de informatieaanvraag van het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid die onlangs aan de RvS is gesteld om ongewenste financiering uit onvrije landen te voorkomen. Er hebben mij vooralsnog geen signalen bereikt van sponsoring van scholen door onvrije landen.

Verder vragen de leden mij wat de mogelijkheden van de inspectie zijn om bepaalde vormen van sponsoring, bijvoorbeeld uit onvrije landen, tegen te houden. De inspectie ziet toe op de naleving van de wettelijke bepalingen omtrent sponsoring. Elke sponsorovereenkomst moet tot stand zijn gekomen met instemming van de medezeggenschapsraad en het sponsorbeleid, waar de medezeggenschapsraad ook mee moet instemmen, moet zijn opgenomen in de schoolgids en het schoolplan. De inspectie spreekt zich niet uit over specifieke gevallen van sponsoring. Besturen zijn verantwoordelijk voor de keuzes op het terrein van sponsoring, en zijn hier dus ook op aanspreekbaar. Besturen kunnen het sponsorconvenant gebruiken om een afweging te maken van de wenselijkheid van een bepaalde vorm van sponsoring. In het sponsorconvenant is bijvoorbeeld aangegeven dat de sponsoring de ontwikkeling van leerlingen niet mag schaden en dat de inhoud van het lesmateriaal objectief moet zijn.

Tenslotte vragen de leden mij hoe “een goede toekomst” wordt gedefinieerd. Die afweging vindt plaats binnen de scholen in afstemming met de medezeggenschapsraad en daarmee de gemeenschap van de school. Het sponsorconvenant dient als een handreiking waarmee scholen deze afweging kunnen maken. Voor afwegingen over sponsoring gerelateerd aan voeding kunnen zij bijvoorbeeld ook gebruik maken van de informatie van het Voedingscentrum, en voor sponsoring gerelateerd aan ict en internet van de informatie van organisaties die scholen adviseren op het gebied van digitale vraagstukken, zoals Kennisnet. Zo zijn er ook andere kenniscentra waar scholen gebruik van kunnen maken bij het maken van een afweging.

Met betrekking tot de laatste vraag wil ik opmerken dat het aan de schoolgemeenschap is om te bepalen welke vormen van sponsoring al dan niet wenselijk zijn, maar dat sponsoring

evenmin als de rest van de (inhoudelijke) activiteiten van een school niet in strijd mag zijn met de wetten van ons land. Daarnaast mag sponsoring geen schade berokkenen aan de fysieke of mentale ontwikkeling van kinderen en jongeren. Scholen dienen daar in hun onderwijs altijd al rekening mee te houden, dus ook als het gaat om sponsoring.

Reactie op de inbreng van de leden van de SP-fractie

De leden van de SP-fractie vragen of ik van mening ben dat elk bedrijf aan sponsoring mag doen voor welke tegenprestatie dan ook. In het sponsorconvenant is aangegeven welke vormen van tegenprestatie niet wenselijk zijn en waar scholen verder voor zouden moeten waken wanneer ze een sponsorovereenkomst aangaan. Tegenprestaties mogen hoe dan ook niet in strijd zijn met wettelijke bepalingen. Het is uiteindelijk aan het bevoegd gezag van de school in samenspraak met de medezeggenschapsraad om hier een goede afweging in te maken. De inspectie ziet er op toe dat de medezeggenschapsraad wordt geconsulteerd en dat het sponsorbeleid transparant is (o.a. voor ouders) door vermelding ervan in de schoolgids en het schoolplan.

Daarnaast vragen de leden van de SP-fractie om een overzicht van sponsorende bedrijven en de bedragen die zij uitgeven aan sponsoring. Deze informatie heb ik niet. Wel is mij op basis van de evaluatie van het vorige convenant bekend dat sponsoring voor het grootste deel afkomstig is van bedrijven (65%), veelal actief in het mkb. Ik acht een nader onderzoek onwenselijk en onnodig. Dit zou leiden tot een grote administratieve last voor scholen en een overladenheid aan informatie dat weinig extra inzicht zou bieden ten opzichte van wat nu al op basis de evaluatie bekend is. Scholen moeten volgens de wet transparant zijn over sponsoring door vermelding van het sponsorbeleid in het schoolplan en de schoolgids. Het sponsorconvenant geeft daarbij als richtlijn aan dat er ook inzicht moet zijn in de bron van de sponsoring. De informatie is dus openbaar. Als ouders, leerlingen of leraren op basis daarvan de conclusie trekken dat er sprake is van onwenselijke afspraken over sponsoring kunnen zij dit via de vertegenwoordiging in de medezeggenschapsraad bij het schoolbestuur aankaarten. Daarnaast kan een klacht worden ingediend via de daarvoor geldende klachtenregeling. Indien er sprake is van onwenselijke sponsoring kan dit dus in eerste instantie op schoolniveau bespreekbaar en zo nodig aangepakt worden. Mij hebben geen signalen bereikt dat deze checks and balances onvoldoende zouden werken. Het uitgangspunt is dat de samenwerking tussen bedrijven en organisaties en het onderwijs positief is, zolang zorgvuldigheid en transparantie in acht worden genomen. Daarom acht ik het niet nodig hier nader onderzoek naar te doen.

Evenals de leden van de SP-fractie vind ik het opvallend dat sommige bedragen die in de evaluatie worden genoemd erg hoog zijn, maar ik merk hierbij opmerk dat het in deze gevallen vaak om donaties gaat en deze vaak van meerdere bronnen komen. Bronnen van zulke donaties zijn vaak medeoverheden zoals gemeentes en provincies.

Verder vragen de leden mij of scholen voldoende kennis hebben van de impact van technologische ontwikkelingen. Ik herken de invloed van technische ontwikkelingen op scholen. Dit komt ook terug in de evaluatie van het sponsorconvenant door Regioplan. Het sponsorconvenant is hierop aangescherpt en met een toetsingskader is verduidelijkt wat mogelijke gevolgen zijn van sponsoring door bedrijven die opereren in het digitale domein. Verder kunnen scholen die van mening zijn dat ze onvoldoende kennis hebben op dit gebied gebruik maken van de ondersteuning van Kennisnet. Ik moedig partijen die digitale

leermiddelen aanbieden in de onderwijssector aan om zich aan te melden als deelnemer aan het privacyconvenant.

Tevens vragen de leden mij wie toezicht houdt op de communicatie over het sponsorconvenant richting scholen en wanneer de communicatie, gezien de coronacrisis, opgestart zal worden. Het ministerie van OCW coördineert de communicatie richting scholen ten aanzien van het sponsorconvenant. Via de vakbonden, LAKS en Ouders en Onderwijs worden ook specifiek leden van medezeggenschapsraden benaderd. Gezien de coronacrisis is het niet aannemelijk dat scholen en mr-leden op dit moment aan de slag gaan met het sponsorconvenant. De communicatie over het sponsorconvenant zal daarom kort na de zomervakantie gestart worden.

De leden vragen mij of er scholen zijn die sponsoring uit financiële nood hebben aangenomen. Zulke signalen hebben mij niet bereikt. In het sponsorconvenant is opgenomen dat het voortbestaan van de school niet afhankelijk mag zijn van sponsormiddelen en dat de inhoud van het lesmateriaal objectief moet zijn (artikel 5 convenant).

Wat de relatie tussen sponsoring en de medezeggenschapsraad betreft kan ik melden dat uit de evaluatie van het sponsorconvenant (Regioplan, 2019) blijkt dat 40% van de scholen die sponsoring ontvangen het voorstel voor die sponsoring heeft voorgelegd aan de medezeggenschapsraad. De overige 60% heeft dit niet gedaan of weet niet of het is gebeurd. Het is mijn streven om via communicatie en signaalgestuurd toezicht te zorgen dat alle scholen voorstellen tot sponsoring altijd voorleggen aan de medezeggenschapsraad.

Tenslotte vragen de leden van de SP-fractie of bijlesinstituten uitgezonderd kunnen worden van de mogelijkheid tot sponsoring. Dit is niet het geval op basis van dit convenant. Het uitgangspunt van de huidige wetgeving over sponsoring en het convenant is dat het aan scholen en de medezeggenschapsraad is om de wenselijkheid van bepaalde vormen van sponsoring te bepalen, zolang dit besluit maar zorgvuldig en transparant wordt genomen. Dat geldt voor alle mogelijke bronnen van sponsoring, dus ook van particuliere bijlesinstituten.

Reactie op de inbreng van de leden van de PvdD-fractie

De leden van de PvdD-fractie vragen mij of het sponsorconvenant niet te vrijblijvend is om bepaalde bedrijven af te schrikken en hoe ervoor gezorgd kan worden dat het sponsorconvenant bedrijven wel afschrikt. De intentie van het convenant is echter niet om bedrijven af te schrikken, maar om de school en de schoolgemeenschap in positie te brengen om een eigen, zorgvuldige, afweging te maken en een beslissing te nemen. Via het sponsorconvenant hebben scholen een afwegingskader en worden de rollen en verantwoordelijkheden verduidelijkt. Het convenant stelt als richtlijn (artikel 3) dat “er geen schade mag worden berokkend aan de geestelijke of lichamelijke gesteldheid en ontwikkeling van leerlingen”. Dit houdt ook in dat scholen in de samenwerking met de sponsor een gezonde leefstijl bevorderen en dat de samenwerking bijdraagt aan de toekomst van de kinderen. Daarbij wordt in het sponsorconvenant bijvoorbeeld ook verwezen naar de “Global goals”. Scholen kunnen dankzij het sponsorconvenant hun verantwoordelijkheid op het gebied van sponsoring nemen en zelf bepalen voor welke vormen van sponsoring ruimte is binnen hun gemeenschap.

Daarnaast vragen de leden van de PvdD-fractie of bedrijven die een misleidende boodschap verspreiden beboet zouden moeten worden. Alle bedrijven die adverteren op de Nederlandse advertentiemarkt moeten zich aan de Nederlandse Reclame Code houden. De Reclame Code

Commissie (RCC) en het College van Beroep (CvB) worden binnen de reclamebranche als gezaghebbend beschouwd, hetgeen onder meer blijkt uit het hoge percentage adverteerders dat jaarlijks de aanbevelingen van de Reclame Code Commissie en het College van Beroep opvolgt, namelijk 96 à 97%. In geval van herhaalde of ernstige overtredingen kan de Commissie een uitspraak verspreiden als Alert, wat betekent dat deze via een persbericht aan een groot publiek onder de aandacht wordt gebracht. Sowieso worden alle uitspraken in het kader van transparantie gepubliceerd in een openbare online database op de website van de Stichting Reclame Code (SRC). Daarnaast beschikt de SRC over een zeker machtsmiddel door een adverteerder als 'non-compliant' aan te merken op haar website. Wettelijke toezichthouders kunnen hiervan ook kennisnemen en zo nodig eigen maatregelen treffen. Omdat de SRC een vorm van zelfregulering is, heeft de overheid geen mogelijkheid om de bevoegdheden van de Reclame Code Commissie uit te breiden. Daar is overigens ook geen reden toe. Uit het jaarverslag van de SRC blijkt dat 96-97% van de adverteerders de aanbeveling opvolgt. Wel wordt onderzocht wat de effecten zouden zijn indien proactieve opsporing mogelijk zou worden om de Nederlandse Reclame Code te kunnen handhaven. Ik verwacht de Kamer hier voor de zomer over te kunnen informeren.

Daarnaast vragen de leden van de PvdD hoe scholen misleidende informatie kunnen herkennen. Het is altijd aan scholen en leraren om verschillende informatiebronnen tegen elkaar af te wegen en te bepalen welk lesmateriaal volgens hen de meeste kwaliteit biedt. Dit doen scholen en leraren sinds jaar en dag en ik ben er daarom van overtuigd dat zij hier ook in het kader van gesponsord materiaal toe in staat zijn. Ook leerlingen leren in het kader van mediawijsheid om informatie op waarde te schatten en de betrouwbaarheid ervan te beoordelen. Eventuele diversiteit tussen scholen in het gevoerde beleid ten aanzien van het omgaan met informatie van derden is niet noodzakelijkerwijs onwenselijk, zolang de keuzes transparant en zorgvuldig zijn en afgestemd zijn met de medezeggenschapsraad. Het sponsorconvenant helpt hierbij door een aantal richtlijnen als uitgangspunt te stellen. Zo is bijvoorbeeld opgenomen dat de samenwerking met de sponsor in het belang van de ontwikkeling van de leerling moet zijn en dat scholen en sponsors in de samenwerking een gezonde leefstijl dienen te bevorderen (art. 3). Ik vind het niet wenselijk als er een (grote) discrepantie bestaat tussen het verdienmodel en de boodschap van een bedrijf. Ik zal in de eerder genoemde checklist opnemen dat het bevoegd gezag in overleg met de medezeggenschapsraad de door een sponsor beoogde boodschap dient te beoordelen op wenselijkheid. Ik zal de convenantpartijen vragen om goede voorbeelden op te nemen in hun communicatie-uitingen die verduidelijken hoe scholen het beste om kunnen gaan met (in hun ogen) onwenselijke vormen van sponsoring.

Verder vragen de leden hoe ik er tegen aan kijk dat er geen bedrijfslogo's weergegeven mogen worden in lesmateriaal, maar wel in communicatiematerialen van de school. Lesmateriaal dient vrij te zijn van reclame, omdat het voor een leerling anders onduidelijk is wat objectieve leerstof is en wat reclame. Andere vormen van reclame zijn wel toegestaan. Bij een bedrijfsnaam op een T-shirt of een logo op een school is de sponsoring niet direct verbonden met de lesstof en wordt het onderwijsproces niet inhoudelijk beïnvloed.

De leden vragen mij hoe ik ervoor zorg dat het voor alle betrokkenen duidelijk is wanneer een donatie feitelijk sponsoring is. Het kernpunt hierbij is of er al dan niet sprake is van een gevraagde tegenprestatie voor de ontvangen sponsoring. Het huidige sponsorconvenant geeft nog duidelijker dan het vorige aan wanneer er sprake is van een tegenprestatie. Indien als voorwaarde wordt gesteld dat de school een bepaalde tegenprestatie levert om een donatie of sponsoring te ontvangen, is er sprake van sponsoring. Dit is opgenomen in het toetsingskader

dat is toegevoegd aan deze laatste versie van het convenant. Ook is er in de toelichting meer aandacht aan de reikwijdte van tegenprestaties besteed, er zijn er ook enkele voorbeelden opgenomen. Ook wordt opgemerkt dat een school zich er voorafgaand aan de ontvangst van een donatie van dient te vergewissen dat er geen tegenprestatie als bedoeld in het sponsorconvenant wordt verlangd en dat dit ook niet op een later moment wordt gevraagd. De betrokkenen bij de school, zoals de medezeggenschapsvaad en de schoolleider, dienen het onderscheid op te merken aan de hand van de informatie uit het sponsorconvenant en er op toe te zien dat het sponsorconvenant gevolgd wordt indien er sprake lijkt te zijn van een tegenprestatie. Op de wettelijke bepalingen over sponsoring houdt de inspectie signaalgestuurd toezicht. De leden vragen mij om toe te lichten wanneer een donatie al dan niet wenselijk is, maar dit is een afweging die door de school gemaakt dient te worden en waarop ik dus niet in algemene zin kan antwoorden.

Ik zal het onderwijsveld informeren over het nieuwe sponsorconvenant door een nieuwsbericht, factsheet en checklist te verspreiden onder de scholen. Dit zal ik doen via mijn eigen communicatiekanalen en via die van de convenantpartijen. Op dit moment wordt de laatste hand gelegd aan de factsheet en checklist. De convenantpartijen zullen hun eigen begeleidende nieuwsberichten schrijven. Voor de verspreiding van de informatie zullen nieuwsbrieven, websites en sociale media worden gebruikt. Gezien de coronacrisis zal de informatie na de zomer worden verspreid.

De leden van de PvdD-fractie vragen mij hoe ik scholen ga wijzen op de risico's van als sponsoring vermomde kindermarketing. Het lesmateriaal dat onderdeel is van het reguliere lesprogramma dient objectief te zijn en vrij van reclame (art 5). Het convenant heeft als stelregel dat er geen schade mag worden berokkend aan de geestelijke of lichamelijke gesteldheid en ontwikkeling van leerlingen. Dit houdt ook in dat scholen in de samenwerking met de sponsor een gezonde leefstijl¹⁴ bevorderen en dat de samenwerking bijdraagt aan de toekomst van de kinderen¹⁵. Daarnaast wordt er in het nieuwe convenant verwezen naar de duurzaamheidsdoelstelling van de "Global Goals". Scholen dienen keer op keer afwegingen te maken met welke samenwerking zij het belang van de leerlingen en de school dienen. Hierop wordt in het convenant nadrukkelijk gewezen. Daarbij wordt gerefereerd aan het belang van de toekomst voor kinderen, onder andere vanuit het perspectief van duurzaamheid. Scholen hebben de ruimte om dit zelf te bepalen.

Gezien het belang van samenwerking tussen het bedrijfsleven en het onderwijs, die positieve uitkomsten kan hebben, vind ik marketing op scholen in de vorm van sponsoring niet noodzakelijkerwijs onwenselijk. Daarnaast heb ik zelf geen definitie van misleiding, maar als scholen twijfels hebben over misleidende reclame dan kunnen ze zich wenden tot de SRC. De SRC heeft een klachtencommissie die beoordeelt of adverteerders en anderen die verantwoordelijk zijn voor het maken van reclame, zich aan de Reclame Code hebben gehouden. Ik acht scholen goed in staat om dit onderscheid te maken.

Het is een zeer subjectieve en daardoor ondoenlijke exercitie om te bepalen welke bedrijven een voor kinderen schadelijke boodschap of een schadelijk verdienmodel hebben. Ik zal een dergelijke inventarisatie dan ook niet in gang zetten. We hebben, via de vrijheid van onderwijs, grondwettelijk verankerd dat scholen het onderwijs zelf mogen inrichten en daarbij leermiddelen van hun keuze mogen gebruiken. Dat past bij de autonomie van scholen en de professionele ruimte van leraren om daarin eigen afwegingen te maken. Tegelijkertijd is onderdeel van die vrijheid dat scholen de verantwoordelijkheid hebben om richting ouders en

¹⁴ Zie Richtlijnen Goede Voeding van de Gezondheidsraad en de Schijf van Vijf van het Voedingscentrum.

¹⁵ Zie www.globalgoals.org.

leerlingen aanspreekbaar zijn op de gemaakte keuzes en de omgang met leermethoden. In plaats van bedrijven, organisaties of anderen vooraf aan te spreken op het uiten van (subjectief) onwelgevallige boodschappen, gaan de wet- en regelgeving en dus ook het sponsorconvenant ervan uit dat scholen en leraren professionele, integere en transparante afwegingen maken over of, en zo ja: hoe, zij van dergelijke boodschappen gebruik maken.

Verder vragen de leden van de PvdD of ik meer kan vertellen over de uitvoering van de motie van het lid Van Raan (PvdD) met betrekking tot inspectietoezicht op onderwijs dat georganiseerd wordt door het bedrijfsleven. Het onderzoek naar informele scholing waar het lid Van Raan naar verwijst, is nog niet afgerond. Wanneer het onderzoek afgerond is en openbaar gemaakt zal zijn, zal ik bekijken of naar aanleiding van dit onderzoek stappen gezet dienen te worden op het gebied van informele scholing georganiseerd door het bedrijfsleven. Ik kom hier dus op terug.

Daarnaast vragen de leden van de PvdD-fractie hoe de inspectie toezicht houdt op ongewenste vormen van sponsoring. Zoals ik al aangaf ziet de inspectie toe op de naleving van de wettelijke bepalingen ten aanzien van sponsoring. Die houden in dat sponsorovereenkomsten tot stand moeten komen met instemming van de medezeggenschapsraad en dat het sponsorbeleid opgenomen is in de schoolgids en het schoolplan. Via signalen kan de inspectie op de hoogte raken van mogelijk ongewenste vormen van sponsoring. Daarover kan de inspectie echter geen oordelen geven. Gezien de resultaten van de evaluatie, waaruit blijkt dat scholen zeer weinig te maken hebben met incidenten rondom sponsoring, zie ik geen reden om de informatiemogelijkheden van de inspectie uit te breiden, om de klachten in het onderwijsveld te monitoren of om de Kamer te informeren over de klachten die de inspectie signaleert.