

## Vragen gesteld door de leden der Kamer, met de daarop door de regering gegeven antwoorden

### 764

Vragen van het lid **Wolbert**(PvdA) aan de Minister en de Staatssecretaris van Volksgezondheid, Welzijn en Sport en de staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap over *ontoelaatbare kindermarketing via het Nationaal Schoolontbijt* (ingezonden 31 oktober 2013).

Antwoord van Staatssecretaris **Van Rijn** (Volksgezondheid, Welzijn en Sport), mede namens de Staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (ontvangen 12 december 2013) Zie ook Aanhangsel Handelingen, vergaderjaar 2013–2013, nr. 594

Vraag 1, 3 en 4

Bent u ervan op de hoogte dat op de ontbijten van het nationaal schoolontbijt voor een groot deel te zoete, te zoute of te vette producten staan?<sup>1</sup>

Hoe kan het gebeuren dat de sponsorende bedrijven hun eigen producten, zoals de te zoete chocoladehagel en de veel te zoute kindersmeerkaas, onder goedkeuring van het Voedingscentrum de scholen kunnen binnenbrengen? Is dit de gedroomde publiek / private samenwerking in het tegengaan van welvaartsziekten, zoals u in het Nationaal Preventieplan hebt aangegeven?

Deelt u de mening dat deze slordige manier van werken de goede intentie van het aanleren van gezond (ontbijt)gedrag niet vooruit helpt? Bent u niet bang dat de kinderen in plaats van gezond (ontbijt)gedrag wordt geleerd dat het echt niet uitmaakt wat je ontbijt, als je maar ontbijt?

Antwoord 1, 3 en 4

Het Nationaal Schoolontbijt is een initiatief van het Voorlichtingsbureau Brood, in samenwerking met bakkers, supermarkten en industriepartners om aandacht te geven aan het belang van een gezond ontbijt. Dit is nodig, want een belangrijk deel van de kinderen in Nederland ontbijt niet of niet altijd.<sup>2</sup> Om een ontbijt te realiseren waarin de gezonde keuze ruim vertegenwoordigd is, wordt het productaanbod van het Nationaal Schoolontbijt voorgelegd aan het Voedingscentrum voor advies. Ik vind deze adviesfunctie passend bij de

<sup>1</sup> website Foodwatch

<sup>2</sup> Uit eigen onderzoek van het Nationaal Schoolontbijt blijkt dat ca. 1 op de 6 kinderen niet of niet altijd ontbijt. Deze cijfers sluiten aan bij cijfers uit onderzoek van GfK. De laatste Voedselconsumptiepeiling (2007–2010) van het RIVM laat zien dat ca. 10% van de kinderen niet of niet altijd ontbijt.

rol van het Voedingscentrum. Mede op basis hiervan is bijvoorbeeld dit jaar het zoutgehalte van de smeerkaas lager dan vorig jaar.

Ik ondersteun het wanneer private partijen hun maatschappelijke verantwoordelijkheid nemen om in te zetten op een gezonde leefstijl voor de jeugd. Het Nationaal Schoolontbijt is hier een voorbeeld van. Hierbij wordt niet alleen aangemoedigd om te ontbijten, maar wordt ook aangegeven waarom dit belangrijk is. Tevens wordt een assortiment aangeboden waarbij de gezonde keuze de makkelijkste keuze is.

Vraag 2 en 5

Deelt u de mening dat de marketingstrategie van de sponsorende bedrijven de door de sector zelf afgesproken grens van geen gerichte reclame tot 12 jaar overschrijft?

Deelt u voorts de mening dat zelfregulering door de sector hier niet functioneert, en dat dit moet verbeteren?

Antwoord 2 en 5

Duidelijk is dat de bedrijven die meewerken aan het Nationaal Schoolontbijt zich committeren aan het belang van een gezond ontbijt en zich hier op willen profileren door middel van hun producten. De verantwoordelijkheid voor verstandig omgaan met deze vorm van profilering richting kinderen ligt zowel bij ouders in de opvoeding, bij de scholen, als ook bij de industrie en mediapartijen, door middel van zelfregulering via de Nederlandse Reclame Code. Momenteel voorziet de zelfregulering van reclame overigens niet in een afspraak van de industrie om geen reclame te maken voor kinderen tot en met 12 jaar. Dus van overschrijding hiervan is geen sprake. In het kader van zelfregulering heeft de Federatie Nederlandse Levensmiddelen Industrie (FNLI) de afgelopen jaren een aantal maatregelen op het terrein van reclame gericht op kinderen genomen, hetgeen in 2010 heeft geleid tot verscherping van de Reclamecode voor Voedingsmiddelen met de leeftijdsgrens van 7 jaar. Tevens heeft de FNLI haar leden opgeroepen om geen reclame te richten op kinderen van 7 tot en met 12 jaar, tenzij zij hun reclamebeleid toelichten op [www.zorgvuldigereclame.nl](http://www.zorgvuldigereclame.nl). In antwoord op uw vragen van 26 februari jl. (2013Z03663), heb ik aangegeven over het beleid ten aanzien van deze doelgroep in overleg met de FNLI te treden en te verwachten dat zij hierin haar verantwoordelijkheid pakt. Inmiddels heeft de FNLI aangegeven dat alle adverterende levensmiddelen bedrijven in 2014 gaan afspreken om geen reclame meer te richten op kinderen tot en met 12 jaar tenzij het gaat om producten die aan voedingskundige criteria (vergelijkbaar met die van de EU Pledge<sup>3</sup>) voldoen.

Voor wat betreft de verantwoordelijkheid van de scholen zelf, is het belangrijk op te merken dat als het gaat om sponsoring (materieel of financieel), er draagvlak moet zijn binnen de school. De medezeggenschapsraad (met een oudergeleding) moet altijd vooraf instemmen met het aanvaarden van materiële of geldelijke bijdragen (waaronder sponsoring en donaties). Scholen zijn tevens wettelijk verplicht in zowel de schoolgids (of op de website van hun school) als het schoolplan beleid van de school ten aanzien van sponsoring te vermelden, ongeacht of men daadwerkelijk sponsorgelden wil aanvaarden of niet. Op deze manier worden directe belanghebbenden op de school door het bevoegd gezag betrokken.

Vraag 6

Heeft de Staatssecretaris van OCW hier niet ook een taak? Bent u bereid samen ervoor te zorgen dat het nationaal Schoolontbijt vanaf 2014 echt gaat helpen in de strijd tegen ongezond eetgedrag en kinderobesitas?

Antwoord 6

Zoals aangegeven in antwoord op vraag 1, 3 en 4 is het Nationaal Schoolontbijt geen initiatief van de Rijksoverheid, maar een initiatief van private partijen. Dit is passend bij de maatschappelijke rol en verantwoordelijkheid van deze partijen. Wel juich ik dit soort initiatieven toe die bijdragen aan een gezonde leefstijl van de jeugd, zoals aangegeven in voorgaande beantwoording.

<sup>3</sup> [www.eu-pledge.eu](http://www.eu-pledge.eu)

Daarnaast is het aan de scholen zelf of zij mee willen doen aan het Nationaal Schoolontbijt of niet.