

V L A A M S   P A R L E M E N T



Zitting 1996-1997

24 oktober 1996

**VOORSTEL VAN DECREET**

**– van de heren Luk Van Nieuwenhuysen en Pieter Huybrechts –  
houdende de advertenties van de overheid in de schrijvende pers**

**VERSLAG**

**namens de Commissie voor Mediabeleid  
uitgebracht door de heer Jan Penris**

*Samenstelling van de commissie :*

*Voorzitter :* mevrouw Marijke Dillen.

*Vaste leden :* de heren Carl Decaluwé, Leo Delcroix, Michel Doomst, Erik Matthijs, Hugo Van Rompaey ;

mevrouw Patricia Ceysens, de heren André Denys, Dirk Van Mechelen ;

de heren Johnny Goos, Peter Vanvelthoven, Tuur Van Wallendael ;

mevrouw Marijke Dillen, de heer Jan Penris ;

de heer Kris Van Dijck ;

de heer Jos Geysels.

*Plaatsvervangers :*

de heren Joachim Coens, Freddy Sarens, Eddy Schuermans, Walter Vandenbossche, Gilbert Vanleenhove ;

de heren Etienne De Groot, Marino Keulen, mevrouw Marleen Vanderpoorten ;

de heer Peter de Ridder, mevrouw Kathy Lindekens, de heer Bruno Tobback ;

de heren Herman De Reuse, Luk Van Nieuwenhuysen ;

mevrouw Nelly Maes ;

de heer Ludo Sannen.

---

*Zie :*

**338** (1995-1996)

– Nr. 1 : Voorstel van decreet.

DAMES EN HEREN,

Uw Commissie besprak voorliggend voorstel van decreet tijdens zijn vergadering van dinsdag 15 oktober 1996.

### **I. Toelichting door de heer Luk Van Nieuwenhuysen, indiener van het voorstel van decreet**

De heer *Luk Van Nieuwenhuysen* wijst erop dat de overheid geregeld gebruik maakt van de mogelijkheid tot het plaatsen van advertenties in de schrijvende pers. Dat wordt dan beschouwd als een mogelijkheid om de bevolking te informeren over beslissingen van de overheid.

Die overheidscampagnes kosten veel geld : in 1995 139,9 miljoen, waarvan 92,6 miljoen voor campagnes in dagbladen en 47,3 miljoen voor campagnes in weekbladen. Voor 1996 zijn de meest recente bedragen respectievelijk 119,6 miljoen, 70,8 miljoen en 48,8 miljoen. Het betreft hier met andere woorden aanzienlijke bedragen, waarbij het niet uitgesloten is dat ze aangewend worden voor politieke propaganda.

Voor de heer *Luk Van Nieuwenhuysen* is het echter essentieel dat de overheidscampagnes een zuiver informatief opzet hebben. Een gerechtelijke instantie zou hierop kunnen toezien. Die gerechtelijke instantie moet ook de mogelijkheid hebben om ministers die deze regel overschrijden te sanctioneren, bijvoorbeeld door hen gedurende een bepaalde periode te verbieden een nieuwe campagne te organiseren.

Het voorstel beperkt er zich evenwel toe dat de bevolking zélf zou oordelen of een overheidsadvertentie al dan niet nuttig is. Daarom stelt hij voor dat steeds aangegeven zou worden wanneer advertenties met overheidsgeld worden betaald, en dat tevens het bedrag van de volledige advertentiecampagne vermeld zou worden. Zo kan de burger oordelen of de campagne al dan niet de moeite loont.

## **II. Algemene bespreking**

### **1. Visie van de leden**

De heer *Leo Delcroix* staat uitgesproken negatief tegenover dit voorstel van decreet. Hij verwijt de indiener een gebrek aan ernst, en een neiging tot poujadisme. Indien men hierop zou ingaan, zou men ook kunnen voorstellen om de kostprijs van het parlementair bedrijf en van elk van zijn leden jaarlijks te publiceren. Volgens de spreker werkt dit soort van voorstellen de anti-politiek in de hand.

Analoge maar constructief getinte voorstellen in dezelfde sfeer zijn volgens de heer *Leo Delcroix* wél het overdenken waard. Zo zou men eraan kunnen denken om criteria inzake de inhoud, omvang en verspreidingskanalen van de overheidscampagnes op te stellen. Dergelijke aanpak zou de kwaliteit van de campagnes ten goede komen.

De spreker merkt op dat er de laatste jaren in deze sector reeds een belangrijke vooruitgang is geboekt. Vroeger waren bepaalde campagnes eerder op gericht een financieel voordeel te gunnen aan bepaalde media, terwijl er nu een meer marktconforme situatie bestaat.

De heer *Leo Delcroix* stelt concreet voor dat de commissie een speciale zitting zou organiseren over de financile, inhoudelijke en organisatorische aspecten van de overheidscampagnes in de media.

De heer *Kris Van Dijck* sluit zich aan bij de opmerkingen van de heer *Leo Delcroix*, en hij voegt er nog de volgende kritische bedenking aan toe. Het voorstel geeft geen eenduidige omschrijving van het centrale begrip 'overheidsadvertentie' wat, in combinatie met de verplichte opgave van de kostprijs voor de belastingbetaler van de door die overheid gefinancierde campagnes, vele vragen oproept. Wat bijvoorbeeld met een gemeentebe-stuur dat een milieuvergunningaanvraag of een vacature publiceert : moeten ook zij de kostprijs van die campagnes kenbaar maken ? En vallen ook de advertenties van politieke partijen onder het begrip 'overheidscampagne', vermits die ook met belastinggeld gefinancierd worden ? En wat te denken van privé-ondernemingen die de prijs van hun

advertenties als een kost op de belastingaangifte kunnen inbrengen ?

Bovendien ziet de spreker niet in waarom het publiek de kostprijs van een overheidscampagne moet kennen, om zich uit te kunnen spreken over het nut ervan.

Zijn fractie zal het voorstel van decreet dan ook niet steunen.

## **2. Standpunt van de heer Eric van Rompuy, Vlaams minister van Economie, KMO, Landbouw en Media**

De *minister* sluit zich aan bij de kritische bedenkingen van de heren Leo Delcroix en Kris Van Dijck. Het voorstel vertoont poujadistische trekjes, en bovendien is het niet duidelijk waar men de grens rond het begrip 'overheidsadvertentie' trekt.

De minister vermoedt dat de indiener enkel die overheidscampagnes op het oog heeft die verschijnen in de geschreven pers en die gefinancierd worden via een apart budget op de begroting, ten bedrage van ongeveer 140 miljoen frank. Indien dat het geval is, wenst de minister de commissie er op te wijzen dat die overheidscampagnes momenteel reeds sterk gereguleerd zijn, en dat ze aan strenge criteria moeten voldoen. Dat is mede het gevolg van misbruiken die er in het verleden zijn geweest. De bedoeling van dit soort overheidscampagnes is dat de minister en de administratie gerichte informatie aan het publiek verstrekken. Criteria voor ontvankelijkheid van de campagne zijn onder meer : de beleidsrelevantie en de actualiteit van het thema, een verstaanbare taal en de afwezigheid van foto's en namen van politici. Persoonlijk is de minister van mening dat de strenge criteria waaraan de campagnes moeten voldoen hun efficiëntie niet ten goede komt, alhoewel het succes van campagnes als deze rond het centennialaafje het tegenovergestelde doen vermoeden. De heer *Tuur Van Wallendael* verklaart dat hij uit eigen ervaring kan getuigen dat de informatiecampagnes in de meeste gevallen wel degelijk een groot succes kennen.

De minister herhaalt dat de regelgeving rond de overheidscampagnes de laatste jaren reeds enorm verstrengd is. De Vlaamse regering kan er echter niet mee instemmen om ook het prijskaartje van de campagnes bekend te maken. Zij kan het voorstel van decreet dus niet goedkeuren.

## **3. Repliek van de heer Luk Van Nieuwenhuysen**

De heer Luk Van Nieuwenhuysen verklaart dat zijn voorstel er vooral op gericht is de bevolking zélf over het nut en het effect van de overheids-campagnes te laten oordelen. Hij betreurt dat er blijkbaar geen meerderheid voor zijn voorstel is, maar hij vindt het wel positief dat er vanuit de commissie concrete suggesties zijn gekomen.

## **III. Artikelsgewijze bespreking en stemmingen**

Bij de artikelen wordt geen verdere commentaar gegeven.

Artikel 1 wordt met 2 stemmen tegen 8 niet aangenomen.

Het voorstel van decreet wordt niet aangenomen.

*De verslaggever,*

Jan PENRIS

*De voorzitter,*

Marijke DILLEN