

De voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal  
Postbus 20018  
2500 EA DEN HAAG

**Ministerie van Onderwijs, Cultuur en  
Wetenschap**

>Retouradres Postbus 16375 2500 BJ Den Haag

Datum 22 juni 2026

Betreft Antwoord op schriftelijke vragen van het lid Moorman (PRO) aan de  
staatssecretaris van Onderwijs en Emancipatie over advertenties op  
middelbare scholen

**Onderwijsprestaties en  
Voortgezet Onderwijs**  
Rijnstraat 50  
Den Haag  
Postbus 16375  
2500 BJ Den Haag  
[www.rijksoverheid.nl](http://www.rijksoverheid.nl)

**Contactpersoon**

**Onze referentie**  
64785176

**Uw brief**  
01 juni 2026

**Uw referentie**  
2026Z11493

**Bijlagen**

Hierbij stuur ik u de antwoorden op de vragen van het lid Moorman (PRO) over het bericht dat op middelbare scholen commerciële advertenties worden vertoond op schermen in de school.

De vragen werden ingezonden op 1 juni 2026 met kenmerk 2026Z11493.

De staatssecretaris van Onderwijs en Emancipatie,

Judith Zs.C.M. Tielen

## 2026Z11493

(ingezonden 1 juni 2026)

Vragen van het lid Moorman (PRO) aan de staatssecretaris van Onderwijs en Emancipatie over het bericht dat op middelbare scholen commerciële advertenties worden vertoond op schermen in de school.

Vraag 1

Bent u bekend met het bericht dat op middelbare scholen, zoals bij het Mondial College in Nijmegen, commerciële advertenties worden vertoond op schermen in de school?

Antwoord 1

Ja.

Vraag 2

Klopt het dat commerciële partijen via schermen en posters in scholen op deze manier onder de aandacht worden gebracht bij leerlingen tijdens schooltijd?

Antwoord 2

Ja.

Vraag 3

Deelt u de opvatting dat scholen een veilige leeromgeving horen te zijn en geen plek waar kinderen worden verleid met commerciële advertenties? Zo nee, waarom niet?

Antwoord 3

Ik deel de opvatting dat scholen een veilige leeromgeving moeten bieden waarin de ontwikkeling, het belang en het welzijn van leerlingen centraal staan. Binnen de wettelijke kaders hebben scholen de ruimte om hun eigen afwegingen te maken omtrent sponsoring en reclame-uitingen op school, maar deze ruimte is niet vrijblijvend. In het [Sponsorconvenant](#)<sup>1</sup> zijn heldere normen en criteria afgesproken om leerlingen te beschermen tegen schadelijke reclame-uitingen. Met het sponsorconvenant helpen we scholen bij zorgvuldige en transparante besluitvorming over het aangaan van sponsorovereenkomsten. Zo mag sponsoring de ontwikkeling van leerlingen niet schaden en moet dit passen bij de pedagogische en onderwijskundige taak van de school. Daarnaast mag de onderwijshoud niet worden beïnvloed en de kernactiviteiten

---

<sup>1</sup> Kamerbrief 20-0202025 bij het Sponsorconvenant 2025-2029: [pdf](#)

van de school dienen niet afhankelijk te worden van sponsorinkomsten. Ik verwacht van scholen dat zij hun verantwoordelijkheid nemen en dialoog voeren met hun medezeggenschapsraad bij het overwegen van een sponsorovereenkomst.

**Onze referentie**  
64785176

Mocht een school in de praktijk toch de grenzen van het convenant of de wet overschrijden, dan is het de verantwoordelijkheid van het bestuur om hierop aanspreekbaar te zijn. Belanghebbenden kunnen eventuele misstanden formeel aanhangig maken via de interne klachtenprocedure van de school. Daarnaast biedt de Reclame Code Commissie een laagdrempelige route om de inhoud van specifieke sponsor- of reclame-uitingen te laten toetsen aan de Nederlandse Reclamecode.

Vraag 4

Kunt u inzichtelijk maken hoe vaak het voorkomt dat scholen commerciële advertenties via schermen of posters tonen? Kun u aangeven over wat voor soort producten dit gaat en waar in de scholen deze worden tentoongesteld?

Antwoord 4

Dit wordt niet door het ministerie van OCW bijgehouden.

Vraag 5

Deelt u de opvatting dat wanneer een externe partij geld verdient aan de aandacht van leerlingen, dit niet op thuishoort?

Antwoord 5

Zie het antwoord op vraag 3.

Vraag 6

Deelt u de opvatting dat scholen minderjarigen horen te beschermen tegen ongewenste commerciële reclames, juist ook vanwege het groeiende aantal jongeren met schuldenproblematiek, de impulsaankoopgevoeligheid en de grote mentale druk onder jongeren om erbij te horen?

Antwoord 6

Zie het antwoord op vraag 3.

Vraag 7

Hoe voorkomt u dat commerciële partijen via scholen ongewenst invloed krijgen op het consumptiegedrag van kinderen, waarbij kinderen een extra kwetsbare doelgroep zijn, zowel vanwege hun leeftijd als het feit dat zij de plek van adverteerders (de school) niet kunnen mijden?

Vraag 8

Bestaan er op dit wetgeving of afspraken over commerciële reclames binnen schoolgebouwen in onderwijs? Zo ja, welke? Zo nee, waarom niet?

Antwoorden op vraag 7 en 8

Het uitgangspunt is dat de school een veilige, neutrale omgeving moet zijn waar leerlingen op een goede manier onderwijs kunnen volgen. De overheid voorkomt schadelijke beïnvloeding door wettelijke randvoorwaarden te stellen aan de

besluitvorming omtrent reclame-uitingen en via sectorafspraken zoals opgenomen in het Sponsorconvenant.

**Onze referentie**  
64785176

Scholen zijn wettelijk verplicht om hun sponsorbeleid vooraf helder op te nemen in het schoolplan en de schoolgids. Hierdoor zijn de keuzes transparant voor inspectie, ouders en leerlingen. Ook is in de wet vastgelegd dat de school de medezeggenschapsraad moet betrekken bij besluiten over sponsoring. Een school kan dus niet zomaar besluiten over sponsoring of reclame. Mocht een school de wettelijke voorschriften niet naleven, dan voorziet de wet in een formele klachtenregeling.

Vraag 9

Kunt u inzicht geven in de afspraken die scholen hebben met deze commerciële partijen en hierbij ook inzicht geven in wat er gebeurt met de opbrengsten van het beschikbaar stellen van reclameplekken door scholen.

Antwoord 9

Scholen zijn zelf verantwoordelijk voor het opstellen en ondertekenen van een sponsorovereenkomst. In het Sponsorconvenant is opgenomen dat scholen sponsorinkomsten apart zichtbaar moeten maken in de jaarrekening van de school. Over de periode van 2020-2024 ging het om 0,006%<sup>2</sup> van de totale baten van de scholen in het primair- en voortgezet onderwijs. Wat een school vervolgens doet met de opbrengsten, wordt niet bijgehouden.

Vraag 10

Is het mogelijk om reclameuitingen op scholen te verbieden? Waarom wel of niet en welke subsidiaire mogelijkheden zijn er?

Antwoord 10

Op dit moment bieden de huidige wetgeving en het Sponsorconvenant scholen al voldoende handvatten om bewuste, autonome keuzes te maken. De regie ligt hiermee bij de school en de medezeggenschapsraad.

Om de naleving scherp te houden, is met de convenantpartijen afgesproken om het Sponsorconvenant ieder schooljaar onder de aandacht te brengen van het onderwijsveld. Het Sponsorconvenant wordt daarnaast elke vijf jaar geëvalueerd, de eerstvolgende evaluatie wordt in 2029 gedaan. Op dit moment zie ik dan ook geen aanleiding voor aanvullende wet- en regelgeving.

---

<sup>2</sup> Percentage is afkomstig uit financiële verantwoording van besturen van primair en voortgezet onderwijs, over de periode 2020-2024, waarvan 7,4mln als sponsoring gemarkeerd is van de totale baten van 134mld. Data afkomstig van DUO, Verantwoording XBRL: [https://duo.nl/open\\_onderwijsdata/onderwijs-algemeen/financiele-overzichten/financiele-verantwoording-uit-xbrl.jsp](https://duo.nl/open_onderwijsdata/onderwijs-algemeen/financiele-overzichten/financiele-verantwoording-uit-xbrl.jsp)