



Commissie Zorgvuldig Bestuur

CZB/V/GZ/2008/203

BETREFT: Reclame voor software.

1. PROCEDURE

1.1. Ontvangstdatum: 7 april 2008

1.2. Vraagsteller:
plaatsvervangend commissielid.

1.3 School:
/

1.4 CZB

Bij emailbericht van 26 mei 2008 vraagt de vraagsteller aandacht voor een e-mailbericht uitgaande van een verdeler van software.

De vraag werd een eerste maal besproken op de zitting van de Commissie van 23 juni 2008 en hernoemen op de zitting van 15 september 2008. Op die zitting werd beslist om de verdeler zelf te horen. Bij brief van 23 september 2008 werd de verdeler voor de zitting van 20 oktober 2008 uitgenodigd. Omdat hij op die zitting niet aanwezig was, werd hij bij e-mail van 8 januari 2009 uitgenodigd voor de zitting van 19 januari 2009.

2. INHOUD VAN EN DUIDING BIJ HET DOOR DE VRAAGSTELLER AANGEBRACHTE MAILBERICHT

Het e-mailbericht waarvoor aandacht wordt gevraagd is een bericht dat van een verdeler van software uitgaat en verstuurd werd aan de geadresseerden opgenomen in de mailinglijst Onderwijs van dat bedrijf. In dat e-mailbericht promoot die verdeler de producten “MS-KiDs”, zijnde software van Microsoft, die niet in de gewone winkel te koop is.

De geadresseerden worden met aandrang gevraagd om het aanbod aan hun studenten, leerlingen en onderwijzend personeel kenbaar te willen maken. Er wordt aan toegevoegd dat dit perfect kan binnen de regels opgesteld door de commissie zorgvuldig bestuur.

De verdeler werd gehoord in de zitting van de Commissie van 19 januari 2009 waar hij zijn mailing nader toelicht. In die mailing worden de producten MS-KIDS/MS-Student aangeprezen, zijnde software van Microsoft speciaal gericht op onderwijs. In gevolge een overeenkomst tussen het Ministerie en Microsoft kunnen scholen en leerkrachten die software aan zeer voordelige voorwaarden aanschaffen. Na verdere onderhandelingen buiten het departement onderwijs is het aanbod ook uitgebreid naar de leerlingen. Die producten zijn

niet in de winkel te koop maar kunnen enkel besteld worden via gespecialiseerde Microsoftverdelers, de zgn. Authorised Education Resellers (AER). Die verdelers zijn Digikids, Educorner, Proxis, Sumika en het Computerwinkeltje. Die verdelers worden door Microsoft geselecteerd en opgeleid en moeten elk jaar een test ondergaan. De verdeler meent dat het scholen toegelaten is om het aanbod bij de leerlingen bekend te maken. Hij steunt zich hiervoor op het advies CZB/2005/117. Ouders die op het aanbod wensen in te gaan richten zich voor aankoop rechtstreeks tot de verdeler. Zijn mailinglijst omvat bestaande klanten, mensen die zich op zijn website inschrijven en scholen waarvan hij de emailadressen van het Ministerie bekwam.

3. ZITTING VAN DE COMMISSIE

3.1 Datum en uur: 23 juni 2008 om 13.15 uur en in voortzetting behandeld op de zittingen van 15 september 2008 om 14 uur en 19 januari 2009 om 11 uur.

3.2 Kamer

Gemeenschappelijke zitting van de kamer bevoegd voor basisonderwijs en de kamer bevoegd voor secundair onderwijs, de centra voor leerlingenbegeleiding, het deeltijds kunstonderwijs en het volwassenenonderwijs.

3.3 Commissieleden

De Commissie is in overeenstemming met artikel V. 22 van het decreet van 13 juli 2001 betreffende het onderwijs-XIII-Mozaïek en artikel 1 tot en met artikel 3 van het ministerieel besluit van 28.11.2007 betreffende de samenstelling van de Commissie Zorgvuldig Bestuur als volgt geldig samengesteld:

De heer Raf Versteegen, voorzitter;

Walter Cools, Hilde Timmermans, Etienne Becuwe en Jean Dujardin, leden.

3.4 Aanwezige betrokkenen, getuigen, deskundigen, raadslieden

- De vraagsteller;
- Ambtenaar;
- De verspreider van het emailbericht.

3.5 Stemming

De Commissie heeft na beraadslaging eenparig de volgende conclusies opgesteld inzake bevoegdheid en advies.

4 ADVIES VAN DE COMMISSIE

4.1 Regelgeving

* Decreet basisonderwijs van 25 februari 1997.

Art. 51. § 1. Een schoolbestuur mag informatie verstrekken over het eigen opvoedings- en onderwijsaanbod, maar het mag geen oneerlijke concurrentie voeren.

§3. Een schoolbestuur kan handelsactiviteiten verrichten, voor zover deze geen daden van koophandel zijn en voor zover ze verenigbaar zijn met zijn onderwijsopdracht.

§ 4. Een schoolbestuur dat mededelingen toelaat die rechtstreeks of onrechtstreeks ten doel hebben de verkoop van producten of diensten te bevorderen, waakt erover dat :

- 1° door het schoolbestuur verstrekte leermiddelen of verplichte activiteiten vrij blijven van bedoelde mededelingen;
- 2° facultatieve activiteiten vrij blijven van bedoelde mededelingen, behoudens indien deze mededelingen louter attenderen op het feit dat de activiteit of een gedeelte van de activiteit ingericht werd door middel van een gift, een schenking of een prestatie om niet of verricht onder reële prijs door een bij name genoemde natuurlijke persoon, rechtspersoon of feitelijke vereniging;
- 3° bedoelde mededelingen kennelijk niet onverenigbaar zijn met de pedagogische en onderwijskundige taken en doelstellingen van de school;
- 4° bedoelde mededelingen de objectiviteit, de geloofwaardigheid, de betrouwbaarheid en de onafhankelijkheid van de school niet in het gedrang brengen.

Gelijkaardige bepalingen voor:

- secundair onderwijs: art. V.9-12 Decreet van 13 juli 2001 betreffende het onderwijs-XIII-Mozaïek
- volwassenenonderwijs: art. 122-125 Decreet van 15 juni 2007 betreffende het volwassenenonderwijs

*Omzendbrief BaO 2002/3 van 21 februari 2002 betreffende zorgvuldig bestuur in het basisonderwijs.

* Omzendbrief SO 78 van 27 november 2001 betreffende het zorgvuldig bestuur in het secundair onderwijs.

4.2 Bevoegdheid

De Commissie is van oordeel dat zij bevoegd is rekening houdende met de aangebrachte feiten en de geldende regelgeving.

4.3 Advies

4.3.1. Reclame

De onderwijsregelgeving laat toe dat schoolbesturen, binnen de grenzen die de decreetgever daarvoor aangeeft, een eigen beleid voeren inzake reclame en sponsoring. De principes die de school daarbij hanteert, worden overlegd binnen de schoolraad en moeten in het schoolreglement worden verwoord. Deze verplichting wordt bij de bespreking van wat art. 37, § 3, 6° van het decreet basisonderwijs is geworden, in de memorie van toelichting als volgt omschreven: “Het is de bedoeling dat scholen concrete afspraken maken over deze algemene principes. Omwille van de rol van reclame en sponsoring in de moderne maatschappij en in de belevingswereld van kinderen, is het belangrijk dat deze afspraken worden gemaakt binnen de participatie- of schoolraad en op een correcte manier naar de ouders worden vertaald. De opname van de houding van de school ten aanzien van reclame en sponsoring door derden in het schoolreglement zet enerzijds aan tot overleg en zorgt anderzijds voor de veruitwendiging van deze principes.

De nieuwe regeling houdt in dat de fundamentele visie op reclame en sponsoring in het reglement wordt opgenomen. Dit betekent dat er wordt aangegeven of er binnen de schoolmuren al dan niet ruimte is voor reclame en sponsoring door derden en, zo ja, op welke gronden bepaalde reclame of sponsoring niet toelaatbaar wordt geacht. Het betreft met andere woorden de grondhouding ten aanzien van het gegeven “reclame en sponsoring”, en bijvoorbeeld niet het afpunten van de concrete sponsors.” (Zie: Vlaams Parlement, Stuk 729

(2000-2001) - nr. 1, p. 7). Na amendering wordt het verplichte overleg over ‘reclame en sponsoring’ vervangen door de houding van de school tegenover externe financiering: “De houding t.a.v. de middenstromen, afkomstig van derden, vormt een essentieel gegeven. Daarom moet dit in alle openheid en op basis van transparante gegevens met de diverse actoren, waaronder de ouders, kunnen worden besproken.” (Zie: Vlaams Parlement, Stuk 729 (2000-2001) – Nr. 9, blz. 12, Verslag namens de Commissie voor Onderwijs, Vorming en Wetenschapsbeleid).

Reclame bij onderwijsactiviteiten, leermiddelen of didactisch materiaal kan volgens de decreetgever niet. De onderwijsregelgeving laat ook niet toe dat schoolbesturen binnen de onderwijstijd meewerken aan commerciële activiteiten van privébedrijven, onder meer door het uitdelen van reclamefolders.

Van (commerciële) reclame en sponsoring moet worden onderscheiden het geven van informatie over en deelnemen aan acties met een ruim erkend maatschappelijk doel (bv. jeugdvoetbal, scouts, 11.11.11). Scholen beslissen in welke mate ze aan dergelijke acties bekendheid geven en deelnemen.

Bij het verspreiden van commerciële reclame- en sponsoringboodschappen gelden striktere regels. De school moet de decretale principes ter zake nakomen: de reclame mag kennelijk niet onverenigbaar zijn met de pedagogische en onderwijskundige taken en doelstellingen en de objectiviteit, de geloofwaardigheid, de betrouwbaarheid en de onafhankelijkheid van de school mogen niet in het gedrang komen.

4.3.2. Toepassing

4.3.2.1. De betrokken firma vraagt aan de scholen om bij leerlingen en ouders aan haar aanbod ruime bekendheid te geven. Zij stelt daarbij dat dit “trouwens perfect [kan] binnen de regels opgesteld door de commissie zorgvuldig bestuur”.

Ter zitting beroept de vertegenwoordiger van de firma zich op het advies CZB/V/2005/117 van 5 december 2005 waarin de Commissie overweegt: “Het optreden van de school in dit dossier is blijkbaar beperkt tot kennisgeving van het aanbod van de betrokken softwarefirma aan leerkrachten en ouders. Dergelijke kennisgeving, voor zover deze op neutrale en objectieve wijze gebeurt, wordt niet als een commerciële reclame bestempeld. Verder zijn de schoolbesturen volledig vrij om een contract aan te gaan met het betrokken softwarebedrijf.”

De Commissie wijst er op dat de in voorliggende vraag betrokken firma deze uitspraak onmogelijk op zichzelf en op haar vraag naar publiciteit door de scholen kan toepassen. Het aangehaalde advies van de Commissie werd verleend op vraag van een medewerker van het departement onderwijs dat op dat ogenblik in gesprek was met een grote producent van software ter voorbereiding van een gunstaanbod voor leerkrachten en ouders. Deze producent biedt ondertussen een gunstpakket voor het onderwijs aan. Daarvan zegt de Commissie dat de scholen leerkrachten, ouders en leerlingen van het bestaan van dit aanbod op neutrale wijze kunnen informeren. De in voorliggende vraag bedoelde firma is echter zelf niet de producent, maar slechts een van de door de producent geselecteerde verdelers. Het rondsturen van de folder van de betrokken firma, het opnemen van het aanbod van de firma in de boekenlijst krijgt daarmee het karakter van reclame voor één welbepaalde verdeler, waardoor het niet als neutrale informatie kan worden bestempeld. De verwijzing naar de beweerde overeenstemming met de door de Commissie opgestelde regels is dus niet terecht. De

betrokken firma moet zich in de toekomst zorgvuldig onthouden van een dergelijk onterecht inroepen van het gezag van de Commissie.

4.3.2.2. De Commissie overweegt in haar eerder advies verder dat “de schoolbesturen volledig vrij [zijn] om een contract aan te gaan met het betrokken softwarebedrijf”. De schoolbesturen kunnen dit individueel of gegroepeerd doen en zodoende wellicht nog bijkomende voordelen bedingen bij verdelers van het gunstpakket. De Commissie overwoog al eerder met betrekking tot verkoop van schoolartikelen dat een gegroepeerde en gestandaardiseerde aankoop door de school over verschillende jaren bij grotere handelszaken wellicht een voordelige kostprijs oplevert en zag daarin geen oneerlijke concurrentie (CZB/V/2004/79).

In het voorliggend dossier is er echter geen sprake van bijzondere voordelen die tussen scholen en de betrokken firma zouden zijn bedongen. Aan de scholen wordt enkel gevraagd om publicitair op te treden ten voordele van één enkele verdeler. Dit komt er op neer dat de scholen zich zouden lenen tot een promotie voor een handelaar waarmee ze geen enkele contractuele band hebben. Het feit dat die handelaar een gunstpakket van software aanbiedt dat voor ouders en leerlingen voordelig is, kan daarvoor geen voldoende verantwoording zijn, nu vaststaat dat er nog andere verdelers zijn, waarvan de scholen de voorwaarden niet eens hebben onderzocht. De Commissie ziet niet hoe een dergelijke vorm van publiciteit voeren te verzoenen zou zijn met het decretale voorschrift dat reclameboodschappen die uitgaan van de school, de objectiviteit, de geloofwaardigheid, de betrouwbaarheid en de onafhankelijkheid van de school niet mogen in het gedrang brengen.

De Commissie onderkent, in een context van een algemeen beleid van kostenbeperking in het onderwijs, het belang van een goede informatie aan ouders, leerlingen en leerkrachten van het bestaan van voor het onderwijs gunstige pakketten software. Het komt de scholen toe om uit te kijken naar passende kanalen van informatie over het bestaan van dit aanbod van de softwareproducent. Een eenzijdige publiciteit voor een enkele verdeler waarmee de school geen enkele contractuele band heeft, is daarbij evenwel niet aanvaardbaar.

4.3.3 De Commissie komt tot volgend advies:

De in de vraag betrokken firma beroept zich ten onrechte op een eerder advies van de Commissie om te stellen dat scholen aan haar diensten vrij bekendheid kunnen geven. De door de firma voorgestelde wijze van publiciteit voeren stemt niet overeen met een neutrale bekendmaking waarover het bedoelde advies het heeft.

Een eenzijdige publiciteit voor een enkele verdeler van softwarepakketten, waarmee de school geen enkele contractuele band heeft, beantwoordt niet aan de decretale voorwaarden waaraan scholen zich bij het voeren van publiciteit voor de verkoop van producten moeten houden. De Commissie onderschat anderzijds niet, in de context van een algemeen streven naar kostenbeperking, het belang van een goede, maar objectieve en neutrale informatie over het bestaan van speciaal voor ouders, leerlingen en leerkrachten gunstig aanbod van software.

Brussel, 19 januari 2009

Marleen Broucke
Secretaris

Raf Verstegen
Voorzitter