

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

### 1880

Vragen van de leden **Becker** en **Schutz** (beiden VVD) aan de Minister van Justitie en Veiligheid en de Staatssecretaris van Infrastructuur en Waterstaat over *het bericht «Chinese staatszender kocht een week lang reclameruimte in NS-treinen»* (ingezonden 5 maart 2026).

Antwoord van Minister **Van Weel** (Justitie en Veiligheid) (ontvangen 11 mei 2026). Zie ook Aanhangsel Handelingen, vergaderjaar 2025–2026, nr. 1441.

#### Vraag 1

Bent u bekend met het bericht «Chinese staatszender kocht een week lang reclameruimte in NS-treinen»?<sup>1</sup>

#### Antwoord 1

Ja.

#### Vraag 2

Bent u ervan op de hoogte dat in de treinen van de NS-reclame is uitgezonden van China Media Group (CMG)?

#### Antwoord 2

Ja.

#### Vraag 3

Deelt u de mening dat het Centrale Propaganda Departement onder andere gericht is op buitenlandse beïnvloeding? Zo nee, waarom niet?

#### Antwoord 3

Reclame maken over China en Chinese culturele activiteiten is een vorm van openlijke beïnvloeding van de publieke opinie in Nederland. De relatie tussen het Centrale Propaganda Departement (CPD) en de Chinese overheid maakt dat het CPD zich bezig houdt met buitenlandse beïnvloeding. Buitenlandse beïnvloeding is niet ondermijnd wanneer het op openlijke en legitieme wijze plaatsvindt en daarbij de normen en waarden van de Nederlandse

<sup>1</sup> RTL, 23 februari 2026, Chinese staatszender kocht een week lang reclameruimte in NS-treinen ([www.rtl.nl/nieuws/economie/artikel/5569293/chinese-staatszender-koopt-reclameruimte-ns-treinen](http://www.rtl.nl/nieuws/economie/artikel/5569293/chinese-staatszender-koopt-reclameruimte-ns-treinen)).

democratische rechtsorde respecteert.<sup>2</sup> Desondanks kunnen zich situaties voordoen die wel degelijk als onwenselijk kunnen worden ervaren, en toch binnen de grenzen van Nederlandse wet- en regelgeving blijven.

#### Vraag 4

In hoeverre acht u het wenselijk dat buitenlandse mogendheden toegang hebben tot advertentieruimte in Nederlandse infrastructuur, zoals het openbaar vervoer?

#### Antwoord 4

Diplomatie of promotionele campagnes zijn op zichzelf geen uitzonderlijk fenomeen, ongeacht of deze afkomstig zijn van statelijke of niet-statale actoren. Tegelijkertijd kunnen buitenlandse advertentie- of mediacampagnes risico's met zich meebrengen, omdat dergelijke uitingen ook onderdeel kunnen zijn van bredere strategische communicatie of beïnvloedingsactiviteiten. De rijksoverheid heeft geen sturingsmogelijkheid op de (buitenlandse toegang tot) advertentieruimte in Nederlandse infrastructuur, mits dit binnen de grenzen van de Nederlandse wet- en regelgeving blijft en zolang dit geen risico vormt voor de continuïteit van vitale processen, zoals het openbaar vervoer of voor de nationale veiligheid.

#### Vraag 5

Deelt u de mening dat staatsbedrijven, zoals de NS, een voorbeeldfunctie hebben om buitenlandse mogendheden geen reclameruimte te bieden? Zo nee, waarom niet?

#### Antwoord 5

Van staatsdeelnemingen mag worden verwacht dat zij zich bewust zijn van hun maatschappelijke positie en zorgvuldig omgaan met vraagstukken die raken aan publieke belangen. Dat betekent echter niet dat in algemene zin moet worden uitgesloten dat buitenlandse partijen gebruik maken van advertentieruimte voor toeristische of culturele uitingen. Het is aan de onderneming om binnen de geldende kaders en met inachtneming van relevante risico's een afgewogen beleid te voeren.

#### Vraag 6

In hoeverre kunnen staatsbedrijven, zoals de NS, afstemmen en schakelen met een contactpersoon binnen de rijksoverheid over zaken als buitenlandse inmenging en beïnvloeding? Zo ja, tot wie kunnen zij zich richten en is dat op dit moment ook gebeurd? Zo niet, bent u bereid te onderzoeken of hier behoefte aan is?

#### Antwoord 6

Iedere staatsdeelneming heeft goed contact met haar aandeelhouder (het Ministerie van Financiën) en het betreffende beleidsdepartement. Staatsdeelnemingen kunnen daarom bij vragen altijd in contact worden gebracht met het beleidsverantwoordelijke departement.

#### Vraag 7

In hoeverre kunnen commerciële partijen, zoals DSBP-consultants, schakelen met contactpersonen binnen de rijksoverheid over ongewenste buitenlandse inmenging en beïnvloeding?

#### Antwoord 7

Afhankelijk van de situatie kan een commerciële partij schakelen met een passende contactpersoon binnen de rijksoverheid, in eerste instantie van het beleidsverantwoordelijke departement. Het is aan commerciële partijen om aan wet- en regelgeving te voldoen en in eerste instantie zorg te dragen voor continuïteit van vitale processen. De rijksoverheid heeft een rol op het moment dat de nationale veiligheid in het geding is.

---

<sup>2</sup> Fenomeenanalyse «Over de grens», Algemene Inlichtingen en Veiligheidsdienst en Nationaal Coördinator Terrorismebestrijding en Veiligheid, 17 oktober 2024, p. 11–12.

Vraag 8

Bestaan er richtlijnen of kaders vanuit de Nationaal Coördinator Terrorismebestrijding en Veiligheid of de Algemene Inlichtingen- en Veiligheidsdienst over samenwerking met buitenlandse propagandakanalen? Zo ja, kunt u deze delen met de Kamer en zijn deze ook gedeeld met de NS? Zo nee, waarom niet?

Antwoord 8

Nee, vanuit de Nationaal Coördinator Terrorismebestrijding en Veiligheid of de Algemene Inlichtingen- en Veiligheidsdienst bestaan geen richtlijnen of kaders die specifiek zijn gericht op de samenwerking tussen commerciële partijen in Nederland die (willen) samenwerken met buitenlandse mediakanalen. Het staat commerciële partijen vrij om binnen Nederlandse wet- en regelgeving buitenlandse advertenties te tonen, zolang deze geen risico vormen voor de continuïteit van vitale processen of de nationale veiligheid.

Vraag 9

Bent u van plan om in gesprek te treden met de NS over bovenstaande zaak en het advertentiebeleid? Zo nee, waarom niet?

Antwoord 9

De aandeelhouder van NS (het Ministerie van Financiën) voert regelmatig gesprekken met NS over de algemene gang van zaken en relevante maatschappelijke thema's. Daarbij staat NS als staatsdeelneming op afstand en treedt de aandeelhouder niet in de dagelijkse bedrijfsvoering. Commerciële activiteiten, zoals het advertentiebeleid, behoren daarom tot de verantwoordelijkheid van de raad van bestuur.

Vraag 10

Deelt u de mening dat de NS zich niet kan verschuilen achter het argument dat het advertentiebeleid formeel is nageleefd?

Antwoord 10

Het is van belang dat NS handelt binnen de geldende wet- en regelgeving en haar eigen beleid en tegelijkertijd oog heeft voor de bredere maatschappelijke context en daarmee voor evidente risico's, ook wanneer formeel aan de geldende kaders wordt voldaan. NS baseert haar advertentiebeleid in hoofdzaak op de Nederlandse Reclame Code en de richtlijnen van de Reclame Code Commissie, aangevuld met enkele eigen aanscherpingen. Op grond van dit kader, en voor zover kan worden vastgesteld ook in het licht van de Mediawet en de beleidsregels van het Commissariaat voor de Media, wordt de betreffende advertentie niet uitgesloten. Advertenties worden voorafgaand aan publicatie getoetst aan dit beleid.

Vraag 11

Zijn er bij u andere gevallen bekend van de afgelopen twaalf maanden waarbij buitenlandse mogendheden gebruik maken van advertentieruimte van de NS?

Antwoord 11

NS geeft desgevraagd aan dat Duitsland, via het Duits Verkeersbureau, diverse keren geadverteerd heeft in de trein bij NS. Naast overigens diverse regionale promotie- en marketingorganisaties uit Nederland.