



FACT SHEET



**RECLAME
FOSSIELVRIJ**

-

**GREENPEACE
NEDERLAND**

“Reclame is bij uitstek bedoeld om op massale schaal gedrag te beïnvloeden. Een verbod op fossiele reclames zal dat ook doen - maar dan ten goede. Zo’n verbod zet heel helder een nieuwe maatschappelijke norm en versterkt het besef dat gebruik van fossiele brandstof onwenselijk is. Dit besef opent de deur naar grootschalige gedragsverandering. En zonder zo’n massale gedragsverandering (een social tipping point) gaan we het Parijs-doel van 1.5C niet halen.”

Reint Jan Renes (speciaal voor deze factsheet)

Lector Psychologie voor een Duurzame Stad

“Reclame voor vliegvluchten en steeds zwaardere auto’s stuwt de vraag op naar fossiele brandstof. Dit zorgt voor substantieel veel extra emissies. Niet alleen van broeikasgassen, maar óók van stikstof en fijnstof. Het Rijk worstelt met al deze zaken. Met een verbod op fossiele reclame voorkom je met 1 maatregel dat deze 3 problemen nog groter worden.”

Johan Vollenbroek (speciaal voor deze factsheet)

Mobilisation for the Environment

"De wereld heeft het boek dichtgeslagen wat tabak betreft. Nu moet zij hetzelfde doen voor het 'nieuwe tabak' - de giftige lucht die miljarden mensen elke dag inademen. Niemand, rijk of arm, kan ontsnappen aan luchtverontreiniging. Het is een stille noodsituatie voor de volksgezondheid."

Tedros Adhanom Ghebreyesus

Directeur-Generaal van de WHO³²

"Een flink aantal bedrijven heeft geprobeerd om de strijd tegen klimaatverandering te laten ontsporen door te lobbyen en twijfel te zaaien in de media. Reclame en branding dienen om de verantwoordelijkheid van bedrijven af te wentelen op individuen en/of zich klimaatzorgen toe te eigenen; ze framen klimaatverandering als individuele keuze voor producten en consumptie, wat afleidt van de optie tot collectieve politieke actie."

FACTS

"De fossiele industrie, de luchtvaartindustrie en de autoindustrie betalen **€ 662 miljoen** per jaar voor het publiceren van fossiele reclame."³⁵

Reclame Code Commissie over 7 fossiele reclames: misleiding!

Reclame Code Commissie tikt Shell op de vingers om claim 'CO2-neutraal'

Reclame De Shell-claim 'CO2-neutraal' is volgens de Reclame Code Commissie misleidend, omdat uitstoot en compensatiemaatregelen niet tegen elkaar weggestreep kunnen worden.

Shell afgestraft na misleidende reclame: 'GTL draagt bij aan beter milieu'

Dat het verbruik van fossiele brandstoffen niet direct een voordelig effect heeft op het milieu mag duidelijk zijn. Toch leek dit wel het geval in de reclame die Shell op hun eigen kinderfestival Generation Discover 2018 liet zien. De oliegigant werd daarom in hoger beroep door het de Reclame Code Commissie op de vingers getikt.

NIEUWSUUR • BINNENLAND • DO 10 FEBRUARI, 18:36

Shell moet reclame over 'miljoenen schone kilometers' direct aanpassen

Reclame Code Commissie:
'Wervende tekst NAM misleidend'

Shell mag zichzelf geen aanjager van de energietransitie noemen

Fossiele misleiding

KLM misleidt klanten met belofte dat ze uitstootvrij kunnen vliegen, oordeelt Reclame Code Commissie

Reclame Code Commissie:
'Reclame Shell is misleidend'

De paginagrote advertentie van Shell met de tekst 'Wij maken elektrisch rijden makkelijker' is misleidend.

FACTS

FOSSIELE RECLAME = EXTRA UITSTOOT 15 KOLENCENTRALES

Reclame voor fossiele producten zorgt voor meer verkoop, meer gebruik en dus voor meer uitstoot van broeikasgassen, stikstof en fijnstof.

De jaarlijkse extra emissies als gevolg van reclames voor vliegen en brandstofauto's in Europa kan tot wel 122 Mton CO₂-uitstoot veroorzaken. Dat is vergelijkbaar met de uitstoot van 15 grote kolencentrales of de uitstoot van alle auto's in Nederland in zes jaar.¹

De uitstoot van fossiele brandstoffen zorgt alleen al als gevolg van luchtvervuiling voor 8,7 miljoen doden per jaar wereldwijd.^{2 3 4}

FOSSIELE RECLAME JAAGT VliegREIZEN OP

Volgens prognoses van de luchtvaartsector ligt het aantal vluchten in 2025 weer terug op het niveau van voor corona.

Dit is geen natuurwet: deze groei wordt onnodig opgejaagd door reclames. Bovendien verwacht 38%¹⁰ van de 'vliegers' dat ze na de pandemie minder vliegen dan ervoor. Reclame voor vliegen stelt deze goede voornemens op de proef.

GROEI SUVs DOET 'KLIMAATWINST' ELEKTRISCH RIJDEN TENIET

Meer dan 70% van de autoreclames zijn voor auto's die meer uitstoten dan de Europese norm van 95 g/km, bleek uit Belgisch onderzoek.⁷

De verkoop van vervuilende type auto's, zoals suvs is door reclame flink omhoog geschoten. Suvs gebruiken gemiddeld een kwart meer benzine dan een auto van een normale omvang.⁸ De extra uitstoot doet de 'klimaatwinst' door efficiëntie-verbetering en elektrische auto's teniet.⁹

FOSSIELE RECLAME ONDERMIJNT DRAAGVLAK VOOR KLIMAATTRANSITIE

Draagvlak is cruciaal om de klimaatdoelen te halen. Hoe meer mensen doordrongen zijn van de ernst van de klimaatcrisis, hoe meer armslag de overheid krijgt om klimaatbeleid te maken. Bovendien ligt meer dan 50% van de klimaatopgave besloten in het gedrag en de keuzes van burgers.

Fossiele reclame houdt gedragsverandering tegen omdat het klimaatschadelijk gedrag aanprijst en de klimaatschadelijke industrie promoot met reclames die de Reclame Code Commissie keer op keer misleidend vindt.^{11 12 13 14} Dit alles houdt fossiele brandstof normaal.¹⁵

HUIDIGE REGULERING FOSSIELE RECLAME

RECLAME CODE COMMISSIE BIEDT GEEN PREVENTIEVE BESCHERMING CONSUMENTEN EN PLANETARY HEALTH

Fossiele reclame wordt nog niet gereguleerd. Er is alleen zelfregulering vanuit de branche door de Reclame Code Commissie (RCC). RCC doet goede uitspraken over misleiding in fossiele reclame, maar biedt geen preventieve bescherming tegen reclames die fossiele brandstof normaal houden door misleiding ("greenwashing") en aanprijzing (bv vliegrecclame en autoreclame). Dit vergert klimaatontwrichting en luchtvervuiling en is schadelijk voor mens, ecosysteem en maatschappij (planetary health).

Waarom de Reclame Code Commissie niet preventief kán beschermen:

- Toetsing van een reclame gebeurt alleen als iemand de moeite neemt om te klagen. Veel reclame wordt daardoor nooit getoetst op misleiding.
- Door lange doorlooptijden bij de RCC, vindt toetsing pas plaats nadat de misleiding al heeft plaatsgevonden en inmiddels al is vervangen door een andere campagne. De misleiding heeft dan al miljoenen mensen herhaaldelijk bereikt.
- Een berisping van de Reclame Code Commissie heeft geen bindende kracht. Het is slechts een advies. Het bedrijf dat misleidt heeft, hoeft niet te rectificeren. Er staat ook geen boete op. Ook niet bij herhaling.
- De klachten worden vaak ingediend door privépersonen. Zij dienen de klacht in in hun vrije tijd en komen tegenover een juridische afdeling van een bedrijf te staan. Dat is geen eerlijk proces. Het vereist immers vaak een diepgravende technische onderbouwing om te winnen van fossiele reclamemakers.
- Reclamewaakhonden letten alleen op misleidende aspecten in fossiele reclame. Ze doen geen uitspraak over de schadelijke gevolgen voor mens en milieu van de producten, diensten en bedrijfstakken die worden aangeprezen. Maar de reclame speelt een grote rol in de groei van de consumptie, en dus de uitstoot en de schade. Een verbod op reclame van de fossiele industrie, voor vliegen en personenvervoer op brandstof is daarom een noodzakelijke stap. Om dezelfde reden als dat reclame voor tabak, zuigelingenvoeding en gokken ook niet aan de RCC worden overgelaten.

POTENTIE VAN VERBOD FOSSIELE RECLAME

1. VERSNELT DE TRANSITIE NAAR PARIS PROOF

Met een verbod op fossiele reclame heeft de overheid een krachtig middel in handen om de transitie te versnellen. Deze maatregel is zelfs een basisvoorwaarde voor de transitie. Want om emissies te reduceren, werkt het averechts als er overal en altijd reclame te zien is die mensen verleidt om méér uit te stoten en die de vervuilende industrie normaliseert.

- **directe emissiereductie** door minder brandstofverbruik. Volgens het IPCC kan 40-60% emissiereductie bereikt worden met beleid dat zorgt voor minder energievraag. Het IPCC noemt reclame reguleren als een van de oplossingen.³¹
- **indirecte emissiereductie** door verschuiving normen en waarden die leiden tot duurzaam gedrag in de maatschappij

3. EEN GEZONDERE SAMENLEVING

Een verbod op fossiele reclame heeft behalve op broeikasgassen ook effect op fijnstof- en stikstofemissies. Hiermee haalt het kabinet ook milieu- en gezondheidsdoelen dichterbij. Dit draagt allemaal bij aan een gezondere samenleving en Planetary Health.

2. ZORGT VOOR BETROUWBARE EN FEITELIJKE INFORMATIE OVER KLIMAAT

Minister Jetten schrijft dat draagvlak voor klimaatbeleid is gebaat bij betrouwbare en feitelijke informatie. En dat de overheid daarin een grote rol heeft.¹⁶ Het klimaatdebat wordt al decennia vertroebeld door klimaatontkenning en misleiding. Hierdoor is het draagvlak voor klimaatbeleid wankel. Voor draagvlak is het essentieel dat misleidende reclame preventief geweerd wordt uit de publieke ruimte en uit (social) media. Want fossiele reclame blijkt keer op keer misleidend. Shell is in één reclamecampagne zelfs vier keer betrappt op misleiding en oneerlijkheid door de Reclame Code Commissie. Tweederde van de online advertenties van zes fossiele bedrijven bleek te gaan over duurzaamheid, terwijl de investeringen van deze bedrijven voor het grootste gedeelte naar fossiele brandstoffen gaan.¹⁷

4. BELEID VOOR MINDER CONSUMPTIE: 40-70% MINDER UISTOOT

40-70% emissiereductie kan bereikt worden met beleid dat zorgt voor andere gedragskeuzes en minder energievraag, stelt het IPCC. Het Rijk laat het potentieel van gedragsverandering om emissies te reduceren nog grotendeels onbenut, zien TNO en DENKWERK.^{17 18} Reclame beïnvloedt die gedragskeuzes op massale schaal. Een verbod op fossiele reclame kan hetzelfde doen, maar dan om emissies te reduceren.

Het Milieuprogramma van de Verenigde Naties (UNEP)²⁰ noemt een verbod op reclame voor voertuigen op brandstof en de luchtvaart als mechanismen die door levensstijlverandering een aanzienlijk emissiereducerend potentieel kunnen hebben. Ook TNO²¹ ziet de grote potentie voor emissiereductie van beleid waarmee de overheid aanzet tot gedragsverandering en acceptatie van beleid: **"De keuzes en het gedrag van individuele Nederlanders dragen op allerlei manieren bij aan de klimaatcrisis. Om echt duurzaam te consumeren zullen ook overheden en bedrijven op consumptie-verlaging gericht beleid moeten implementeren."**

Een fossiel reclameverbod opent bovendien de deur naar een social tipping point, zo stellen klimaatwetenschappers van het Potsdam Instituut²². Voor het klimaat is een social tipping point essentieel om de opwarming te beperken tot 1,5°C.²³

"Beleid [...] dat gericht is op het veranderen van de onderliggende drijvende krachten achter emissies kan op een fundamentele manier impact hebben op actoren, instituties en de structuren van de samenleving, waardoor een breder scala aan mogelijkheden en potentieel voor emissiereductie ontstaat." Een van de beleidsmaatregelen die wordt genoemd is "regulering van reclame".

- IPCC, april 2022 ³¹

Visual: de parse lijn toont potentie grote maatschappelijke gedragsverandering

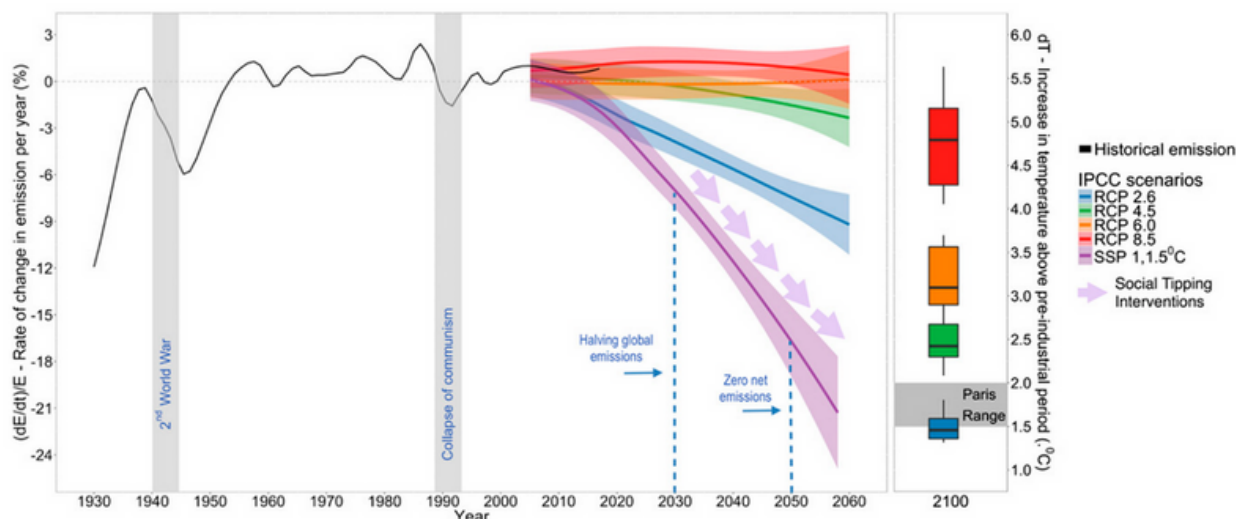


Fig. 1. The rate of change in annual greenhouse gas emissions required for net decarbonization. Social tipping dynamics in the context of the representative concentration pathways (RCPs) of the Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) and the Paris Agreement. *Left and Right* exhibit the rate of change in CO₂ emission per year between 1930 and 2060, and the increase in global mean temperature by 2100 relative to the preindustrial period, respectively, under the four RCPs. The transition to a new net decarbonized state requires shifting from an incremental rise in emissions of 0 to 2% per year to nonlinear decline at the rate of 7% per year and more (6). The figure was created using the RCP emission projections (153) and Coupled Model Intercomparison Project 5 (CMIP5) temperature projections (154).

Bron: <https://www.pnas.org/content/117/5/2354>

OBSTAKELS?

DE VRIJHEID VAN MENINGSUITING VAN BEDRIJVEN?

De publieke gezondheid en zelfs de nationale veiligheid kunnen in het geding komen door luchtvervuiling en gevaarlijke klimaatverandering, die mede worden opgejaagd door fossiele reclame. Mensenrechtenjuristen van NJCM²⁴ en juristen van Eiffel²⁵ betogen daarom dat een verbod op fossiele reclame vanuit mensenrechtelijk perspectief verdedigbaar is.

Het recht op vrijheid van meningsuiting mag onder bepaalde voorwaarden worden ingeperkt: het verbod moet voorzien zijn bij wet, een legitiem doel dienen en noodzakelijk zijn in een democratische samenleving. Een voorbeeld is het beperken van tabaksreclame, omdat dit de publieke gezondheid beschermt. De publieke gezondheid zou eveneens een reclameverbod voor de fossiele industrie kunnen rechtvaardigen, vanwege de gezondheidsschade door klimaatontwrichting⁶ en luchtvervuiling⁵. De beperking kan al 'noodzakelijk' zijn als de reclame in kwestie kan aanzetten tot consumptie van iets dat schadelijk is. Dit geldt zeker als er een belangenafweging gemaakt moet worden wanneer het recht op vrijheid van meningsuiting botst met een ander grondrecht uit het EVRM, zoals het recht op leven (artikel 2 EVRM) en het recht op eerbiediging van privé-, familie- en gezinslevenartikel (artikel 8 EVRM).

HET KÁN: TABAKSRECLAME IS OOK VERBODEN (EN FOSSIELE BRANDSTOF IS DODELIJKER)

Tabak is schadelijk en zelfs dodelijk, daarom telt het beschermen van de bevolking zwaarder dan het recht op vrije meningsuiting van tabaksbedrijven. Het reclameverbod voor de tabaksindustrie heeft een grote rol gespeeld in het terugdringen van het aantal (nieuwe) rokers. Het nam de verleiding en misleiding weg en het de-normaliseerde tabaksgebruik. Daardoor veranderde normen en waarden en dus ook gedrag, ook al bleef tabak een legaal product.

Fossiele brandstof: (veel) dodelijker dan tabak

Fossiele brandstof is nog veel schadelijker dan tabak. Als gevolg van luchtvervuiling door de fossiele industrie sterven jaarlijks meer mensen dan door tabak, malaria, dengue en HIV bij elkaar opgeteld (8,7 miljoen doden wereldwijd)⁵. In Europa en Azië ligt het gemiddelde aantal doden door luchtvervuiling als gevolg van fijnstof van fossiele brandstof hoger dan wereldwijd. Daar bovenop komen de doden als gevolg van de klimaat-ontwrichting (o.a. door ziekten, extreme weersomstandigheden, gedwongen ontheemding, voedsel-onzekerheid en geestelijke gezondheid)⁶. Deze getallen zullen nog verder oplopen de komende jaren.

FAQS

WAT VALT ONDER FOSSIELE RECLAME?

Reclame voor fossiel personenvervoer (vliegreizen, brandstof-auto's, cruises)

Een verbod op reclame voor vliegreizen, cruise-reizen en vervoer op fossiele brandstof neemt prikkels weg om te kiezen voor vervuilend vervoer. Het zorgt er ook voor dat fossiel vervoer geen automatisme meer blijft, dat het niet meer normaal is. Dat voorkomt onnodige emissies van broeikasgassen, stikstof en fijnstof en gezondheidsproblemen voor mens, dier en natuur. Het zorgt voor groter draagvlak voor klimaatbeleid en brengt een social tipping point dichterbij.

Reclame voor de fossiele industrie en de luchtvaartindustrie

Anno 2022 voeren olie- en gasbedrijven de productie van olie en gas nog steeds op. Ook de luchtvaartindustrie wil groeien. Om die groei mogelijk te maken en de schadelijke gevolgen daarvan te maskeren, maken beide industrieën reclame. Ze verbloemen de schade van hun sector en doen beloftes over duurzaamheid die ze niet kunnen waarmaken. Een verbod op reclame en sponsoring van de fossiele industrie en de luchtvaartindustrie voorkomt deze misleiding en deze vorm van lobby. Ook vergroot het gevoel van urgentie in de samenleving en het vergroot het draagvlak voor klimaatbeleid.

"(...) omdat we zuinig moeten zijn met de beperkte voorraden fossiele brandstoffen wordt 'reclame die het verbruik van elektriciteit en aardgas stimuleert onmiddellijk verboden'."

Citaat uit het gezamenlijke verkiezingsprogramma 'Keerpunt 1972' van D'66, PvdA, PPR in reactie op het Rapport van de Club van Rome³⁴

WAT ZIJN ONTWIKKELINGEN WERELDWIJD?

Steden

Amsterdam, Den Haag, Utrecht, Leiden, Haarlem en Enschede hebben al moties aangenomen om fossiele reclame uit hun stad te weren. Een aantal van hen loopt daarbij tegen grenzen in de uitvoering op en vraagt de Rijksoverheid om een landelijk verbod op fossiele reclame.²⁷

Europees Burgerinitiatief Ban Fossil Ads

Ngo's zoals Greenpeace, WWF, Actionaid en Avaaz hebben bij de Europese Commissie een burgerinitiatief ingediend om fossiele reclame te verbieden. Het gaat om reclame voor de fossiele industrie en voor vervuilend personenvervoer, zoals vliegen, cruises en auto's.

Frankrijk en België

In Frankrijk is een wet²⁸ aangenomen om reclame voor fossiele brandstof, zoals diesel en benzine, te verbieden. Dit is een sterk afgezwakte versie van het voorstel²⁹ dat was ingediend door de Franse burgerraadpleging. In België is een wetsvoorstel ingediend om reclame voor suvs te verbieden.³⁰ Dit vanwege de klimaatschade, maar ook vanwege de verkeersveiligheid en de luchtkwaliteit.

Rechtszaken in de VS vanwege misleiding door Shell, Exxon, Total en BP

Meer dan 20 staten en steden in de VS hebben rechtszaken aangespannen tegen fossiele bedrijven omdat zij hun inwoners jarenlang hebben misleid en nog steeds misleiden over de oorzaak en veroorzakers van klimaatontwrichting. Advertenties van de fossiele bedrijven dienen in die rechtszaken als bewijsmateriaal.

BRONNEN

1. <https://www.greenpeace.org/eu-unit/issues/climate-energy/46060/ads-for-cars-and-flights-could-cause-twice-as-much-co2-as-spain/>
2. <https://academic.oup.com/cardiovasces/article/116/11/1910/5770885>
3. <https://gizmodo.com/air-pollution-kills-more-people-a-year-than-cigarettes-1842035586>
4. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0013935121000487>
5. <https://www.theguardian.com/environment/2021/feb/09/fossil-fuels-pollution-deaths-research>
6. https://cdn.who.int/media/docs/default-source/climate-change/fast-facts-on-climate-and-health.pdf?sfvrsn=157ecd81_5
7. <https://www.iew.be/reguler-la-publicite-pour-les-voitures-est-une-revendication-raisonnable/>
8. <https://www.bnnvara.nl/joop/artikelen/opkomst-suvs-een-van-de-belangrijkste-redenen-dat-co2-uitstoot-blijft-stijgen>
9. <https://decorrespondent.nl/10953/de-op-een-na-grootste-bron-van-toegenomen-co2-uitstoot-ter-wereld-de-suv/658946707947-0edd598f>
10. <https://www.kimnet.nl/publicaties/publicaties/2021/11/18/mobiliteitsbeeld-2021>
11. <https://www.nu.nl/economie/6188443/shell-reclame-over-laadpalen-is-volgens-reclame-code-commissie-misleidend.html>
12. <https://www.trouw.nl/duurzaamheid-natuur/shell-misleidt-opnieuw-consument-met-groene-beloftes-oordeelt-reclame-code-commissie-ba8fd20a/>
13. <https://www.nu.nl/economie/6153573/reclame-code-commissie-shell-misleidt-met-reclame-over-co2-neutraal-tanken.html>
14. <https://nos.nl/nieuwsuur/artikel/2416681-shell-moet-reclame-over-miljoenen-schone-kilometers-direct-aanpassen>
15. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3786647
16. <https://www.rijksoverheid.nl/binaries/rijksoverheid/documenten/kamerstukken/2022/03/09/beantwoording-vragen-over-bericht-shell-moet-reclame-over-miljoenen-schone-kilometers-direct-aanpassen/beantwoording-vragen-over-bericht-shell-moet-reclame-over-miljoenen-schone-kilometers-direct-aanpassen.pdf>
17. <https://www.greenpeace.org/nl/klimaatverandering/47999/words-vs-actions/>
18. <https://energy.nl/publication/whitepaper-de-energietransitie-moet-snel>
19. <https://denkwerk.online/rapporten/voorbij-netto-nul-naar-planeet-positief-januari-2022/>
20. <https://www.unep.org/emissions-gap-report-2020>
21. <https://energy.nl/publication/whitepaper-de-energietransitie-moet-snel>
22. <https://downtoearthmagazine.nl/uitgesproken-jan-reint-renes/>
23. <https://www.pnas.org/doi/10.1073/pnas.1900577117>
24. <https://njcm.nl/actueel/njcm-pleit-voor-landelijk-verbod-op-fossiele-reclame/>
25. <https://www.partijvoordedieren.nl/uploads/site/gemeenteUtrecht/Advies-Eiffel-Het-weren-van-fossiele-reclame-bijlage-2.docx>
26. Fossiele industrie = Ondernemingen (en hun dochterondernemingen) die op enig niveau rechtstreeks betrokken zijn bij de exploratie, winning, mijnbouw en/of productie van aardolie, aardgas, steenkool of andere fossiele brandstoffen, ongeacht het percentage van de inkomsten dat met deze activiteiten wordt gegenereerd, d.w.z. met inbegrip van, maar niet beperkt tot, geïntegreerde olie- en gasbedrijven, geïntegreerde gasbedrijven, spelers op het gebied van exploratie en productie, spelers op het gebied van raffinage en marketing, distributeurs van olieproducten, distributeurs en detailhandelaars op het gebied van gas en traditionele dienstverlenende bedrijven op het gebied van olie en gas.
27. <https://amsterdam.raadsinformatie.nl/document/10703174/2#search=%22motie%20groen%20fossiele%20reclame%22>
28. <https://www.breakinglatest.news/news/un-climate-change-warning-and-france-bans-ads-for-fossil-fuels/>
29. <https://www.greenpeace.fr/publicite-pour-une-loi-evin-climat/>
30. <https://www.fleet.be/wp-content/uploads/2020/05/55K1299001.pdf>
31. IPCC, 6th assessment Workgroup III, April 2022
32. <https://www.theguardian.com/environment/2018/oct/27/air-pollution-is-the-new-tobacco-warns-who-head>
33. <https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg3/>
34. <https://www.groene.nl/artikel/over-de-grenzen-aan-de-groei>
35. https://twitter.com/renelukassen/status/1512534581748150277?s=20&t=WPyzeDTGDoKEPCHHjdUP_Q