

## 2022Z02724

Vragen van het lid **Kröger** (GroenLinks), **Thijssen** (PvdA) en **Van Raan** (PvdD) aan de Minister voor Klimaat en Energie over *het bericht «Shell moet reclame over «miljoenen schone kilometers» direct aanpassen»* (ingezonden 14 februari 2022).

### Vraag 1

Bent u bekend met het bericht «Shell moet reclame over «miljoenen schone kilometers» direct aanpassen», waarin staat dat de Reclame Code Commissie heeft bepaald dat Shell een reclame over schone kilometers per direct moet aanpassen?<sup>1</sup>

### Vraag 2

Wat vindt u ervan dat Shell feitelijk onjuiste informatie in haar reclame-uitingen verwerkt?

### Vraag 3

Hoe oordeelt u over het feit dat Shell de suggestie wekt dat dat Shell goed op weg is met de energietransitie, terwijl Shell in feite achterloopt?

### Vraag 4

Deelt u de analyse dat fossiele reclame de vraag naar fossiele brandstof op peil houdt of zelfs opstuwt, zowel direct als indirect, door een schadelijk product en een schadelijke industrie als normaal en onmisbaar te presenteren? Zo nee, waarom niet?

### Vraag 5

Erkent u dat het effect van deze advertenties verder reikt dan de consument en invloed heeft op de maatschappij en keuzes van politici, beleidsmakers en aandeelhouders die ze advertenties ook zien en ook speciaal getarget worden, bijvoorbeeld met advertenties in bepaalde kranten.

### Vraag 6

Deelt u de mening dat dergelijke «green washing» schadelijk is voor de energietransitie als geheel, omdat de suggestie wordt gewekt dat de energietransitie al bijna voltooid is terwijl dat nog niet het geval is? Deelt u

<sup>1</sup> NOS, 11 februari 2022; <https://nos.nl/nieuwsuur/artikel/2416681-shell-moet-reclame-over-miljoenen-schone-kilometers-direct-aanpassen>

de analyse dat hierdoor het draagvlak om meer te doen voor de energietransitie in gevaar komt, omdat men het idee kan krijgen dat de energietransitie al bijna voltooid is?

Vraag 7

Bent u bekend met het onderzoek<sup>2</sup> van professor Brulle, die heeft onderzocht dat de fossiele industrie vooral inzet op grote marketingcampagnes rond belangrijke politieke beslismomenten en negatieve pers? Deelt u de opvatting dat dit onwenselijk is en de energietransitie kan vertragen?

Vraag 8

Hoe oordeelt u over de effectiviteit van de Reclame Code Commissie op dit gebied, wiens oordeel altijd achteraf plaatsvindt waardoor de misleiding soms al jaren haar werk al heeft kunnen doen, die geen sancties kan uitdelen en bovendien afhankelijk is van een individu of instantie die de moeite neemt een klacht in te dienen en dat daardoor veel misleidende reclame vrijuit gaat?

Vraag 9

Deelt u de mening dat het reclameverbod in de tabakswet effectief is? Zo nee, waarom niet?

Vraag 10

Welke stappen bent u bereid te nemen tegen dergelijke onjuiste reclameuitingen die de energietransitie in de weg lopen?

Vraag 11

Kunt u in kaart brengen welke stappen mogelijk zijn, inclusief een verbod op fossiele reclames en dergelijke misleidende uitingen?

---

<sup>2</sup> <https://link.springer.com/article/10.1007/s10584-019-02582-8>