

2025Z05844

Vragen van het lid **Teunissen** (PvdD) aan de Minister van Klimaat en Groene Groei over het artikel «*Local fossil fuel ad ban as a catalyst for global change*» gepubliceerd in *Nature Climate Change* op 21 maart 2025 (ingezonden 27 maart 2025).

Vraag 1

Bent u bekend met het artikel «*Local fossil fuel ad ban as a catalyst for global change*» gepubliceerd in *Nature Climate Change*, waarin het verbod op fossiele reclame in Den Haag wordt besproken?¹

Vraag 2

Hoe beoordeelt u de stelling van organisaties zoals Reclame Fossielvrij, Greenpeace, de Social Tipping Point Coalitie, wetenschappers, zorgverleners en VN-secretaris-generaal António Guterres dat de alomtegenwoordige aanwezigheid van fossiele reclame een belangrijke barrière vormt voor het verminderen van CO₂-emissies?

Vraag 3

Bent u het eens met de auteurs dat reclameverboden voor fossiele brandstofproducten en -diensten relatief lage kosten en weinig implementatie-eisen hebben voor overheden in vergelijking met andere klimaatbeleidsalternatieven?

Vraag 4

Hoe kijkt u aan tegen de stelling in het artikel dat er momenteel een «window of opportunity» is voor fossiele reclameverboden en bent u bereid om in deze «window of opportunity» in te stappen?

Vraag 5

Deelt u de mening dat een verbod op fossiele reclame, doordat het de vrijheid van consumenten om fossiele brandstofproducten of -diensten te consumeren niet beperkt, waarschijnlijk relatief meer acceptatie zal vinden bij burgers en hoe weegt u het feit mee dat uit recente data uit diverse

¹ Nature Climate Change, 21 maart 2025, «*Local fossil fuel ad ban as a catalyst for global change*» (<https://www.nature.com/articles/s41558-025-02267-4#:~:text=The%20Hague's%20fossil%2Dfuel%20advertising,the%20groundwork%20for%20broader%20change.>)

EU-landen blijkt dat de steun voor een EU-breed verbod op fossiele reclame bijna twee keer zo groot is als het niveau van verzet ertegen?

Vraag 6

Deelt u de mening dat geen enkele losstaande maatregel de uitdagingen kan oplossen?

Vraag 7

Hoe beoordeelt u de conclusie van het artikel dat, hoewel geen losstaande maatregel de veelzijdige uitdagingen van klimaatverandering zal oplossen, fossiele reclameverboden een aantrekkelijke kans bieden voor overheden om actie te ondernemen?

Vraag 8

Waarom is een verbod op fossiele reclame als een optie om gedragsverandering te stimuleren niet in het uiteindelijke klimaatplan opgenomen, aangezien in de reacties op het klimaatplan 2025–2035 een verbod op fossiele reclame is aangevoerd als een optie om gedragsverandering te stimuleren? Kunt u onderbouwen waarom deze maatregel, ondanks de eerdere overweging, niet is opgenomen in het definitieve klimaatplan?

Vraag 9

Hoe rijmt de constatering in het voornoemde klimaatplan dat er een taak ligt voor overheden, bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties om duurzame keuzes te faciliteren en te kijken naar prikkels die aanzetten tot niet-duurzaam gedrag (p.35) met het achterwege laten van maatregelen tegen fossiele reclame, die juist dergelijk niet-duurzaam gedrag kan stimuleren?

Vraag 10

Bent u bereid om, in lijn met de adviezen van TNO, WRR, OBL, Rli en nu ook CE Delft in het nieuwste rapport « True Pricing van consumptiegoederen Van verborgen kosten naar zichtbare prijzen » dat in uw opdracht is verricht, alsnog stappen te zetten om fossiele reclame te reguleren?

Vraag 11

Hoe verhoudt de conclusie in uw brief van 16 december jl. (Kamerstuk 32 813, nr. 1438) met een kabinetsappreciatie van twee wetenschappelijke publicaties van de VU en de UvA over het verbieden van fossiele reclames, dat «een nationaal verbod niet per definitie onmogelijk is, maar er doen zich nog diverse juridische uitdagingen en onzekerheden voor die invoering op afzienbare termijn niet opportuun maken », zich met de conclusies van diezelfde auteurs dat juist goed aan de juridische voorwaarden voor een dergelijke verbod kan worden voldaan?

Vraag 12

Bent u bereid om op korte termijn (voor de zomer) met deze academici in gesprek te gaan om eventuele beren op de weg naar een verbod op fossiele reclame weg te nemen?

Vraag 13

Hoe verhoudt de in voornoemde brief door u benoemde beleidsinhoudelijke redenen om niet tot een reclameverbod over te gaan en dat u onderbouwt door het wetenschappelijke advies »Een verbod op fossiele reclame essentieel, maar niet voldoende« aan te halen zich tot de conclusie van de auteurs van het rapport dat een verbod essentieel is en dat de fossiele reclames het huidige klimaatbeleid en bijbehorende transitie ondermijnen?

Vraag 14

Bent u het eens met de redenering die ook geldt voor andere reclameverboden en -beperkingen, zoals het verbod op reclame voor tabak dat als het beleid is om vanwege een nijpend probleem vermijdbaar gebruik van «product x» te ontmoedigen, dan moeten we geen reclames meer toestaan die vermijdbaar gebruik van «product x» juist promoten?

Vraag 15

Kunt u reageren op het bericht van één van de auteurs van het hiervoor genoemde rapport waarin uw kabinetsappreciatie als volgt werd geduid: «Heel ongemakkelijk wanneer een studie waar je aan mee hebt gewerkt, door de Minister gebruikt lijkt te worden om precies het tegenovergestelde te suggereren dan wat de studie stelt»?²

Vraag 16

Kunt u bovenstaande vragen los van elkaar beantwoorden?

² https://www.linkedin.com/posts/reintjanrenes_klimaat-reclame-fossiel-activity-7261645716807200769-_vC3?utm_source=share&utm_medium=member_desktop&rcm=ACoAAArObIkBL13egfYDSw4b9tcJ2PC-MO5Ah4c