

Vergaderjaar 2022–2023

32 813

Kabinetsaanpak Klimaatbeleid

Nr. 1176

VERSLAG VAN EEN SCHRIFTELIJK OVERLEG

Vastgesteld 8 februari 2023

De vaste commissie voor Economische Zaken en Klimaat heeft een aantal vragen en opmerkingen voorgelegd aan de Minister voor Klimaat en Energie over de brief van 11 november 2022 over appreciatie resultaten gedragsscan beleidsprogramma Klimaat (Kamerstuk 32 813, nr. 1117).

De vragen en opmerkingen zijn op 8 december 2022 aan de Minister voor Klimaat en Energie voorgelegd. Bij brief van 6 februari 2023 zijn de vragen beantwoord.

De voorzitter van de commissie,
Agnes Mulder

De adjunct-griffier van de commissie,
Van Dijke

Inhoudsopgave

I	Vragen en opmerkingen vanuit de fracties	2
II	Antwoord / Reactie van de Minister	7

I Vragen en opmerkingen vanuit de fracties

Vragen en opmerkingen van de leden van de VVD-fractie

De leden van de VVD-fractie hebben kennisgenomen van de onderhavige stukken. De leden van de VVD-fractie hebben hierover geen verdere vragen.

Vragen en opmerkingen van de leden van de D66-fractie

De leden van de D66-fractie hebben kennisgenomen van de onderhavige stukken. Zij hebben hierover nog enkele vragen.

De leden van de D66-fractie zijn van mening dat gedragsverandering een cruciaal onderdeel is van het pad naar een klimaatneutrale samenleving. Momenteel verbruikt een Nederlander gemiddeld drie-en-een-halve aardbol per jaar. Het is aan de overheid, producenten en de consument zelf om dit terug te brengen tot een houdbaar, duurzaam niveau. Deze leden lezen goede ideeën voor meer inzet op gedrag in het klimaatbeleid.

De leden van de D66-fractie lezen dat de factor gedrag een nadrukkelijker rol kan spelen in het Integraal Afwegingskader (IAK). Zij menen dat dit een goede stap zou zijn en vragen waarom er nog enige terughoudendheid bestaat ten aanzien van het opnemen van de factor gedrag in het IAK. Kan de Minister toezeggen dat hij hier zich hier vol voor zal inzetten?

De leden van de D66-fractie lezen ook de aanbevelingen van maatregelen in de duurzame mobiliteit. Deze leden hebben er eerder, onder meer in debatten, op gewezen dat de eerste opzet van de Mobiliteitsvisie uitgaat van de «kracht van modaliteiten». Deze leden wijzen erop dat mobiliteit een middel is en geen doel. Zij vragen de Minister dan ook in kabinetsverband ervoor te pleiten brede welvaart en bijdragen aan duurzame doelen centraal te stellen in plaats van het faciliteren van groei door middel van het toevoegen nieuwe infrastructurele capaciteit centraal te stellen.

De leden van de D66-fractie constateren voorts dat de Minister wijst op de invoering van zero-emissiezones in gemeenten. Dit is een maatregel uit het Klimaatakkoord. Wat is de inzet van de Minister teneinde meer gemeenten een zero-emissiezone in te laten voeren? Is hij bereid een nieuw doel te formuleren? Uit recent onderzoek blijkt dat uitsluitend sturen op de prijzen van het openbaar vervoer, een belangrijk instrument in het vergroenen van het mobiliteitssysteem, op zichzelf niet bijdraagt aan het doel om mensen uit de auto en in het openbaar vervoer (OV) te krijgen. Welk flankerend beleid wil de Minister op inzetten om het autogebruik te ontmoedigen en het gebruik van het OV te stimuleren? Is dit onderdeel van de voorjaarsnotabesluitvorming?

De leden van de D66-fractie zijn enthousiast over het idee voor een brede klimaatcampagne. Zij benadrukken dat hierin naar voren moet komen dat de klimaattransitie een gedeelde verantwoordelijkheid is. Consumenten zijn niet alleen verantwoordelijk, maar dragen wel een deel van de verantwoordelijkheid. Een beter milieu begint óók bij jezelf. Op welke vormen van gedrag wil de Minister deze campagne richten? Welke kansen

ziet de Minister voor productlabels die de klimaatimpact van producten, inclusief de impact uit de keten, laten zien, zodat de consument duurzame keuzes kan maken? Kan de Minister dit idee van transparantie over de voetafdruk van producten meenemen in de klimaatcampagne?

De leden van de D66-fractie vragen de Minister ook hoe hij aankijkt tegen het concept van «true pricing» en in hoeverre hij hier beleid op kan en wil maken. In hoeverre is de Minister bereid om in te zetten op Europese productnormen ten aanzien van duurzaamheid en circulariteit die zorgen voor een aanbod van goede, lokale producten? Welke opties ziet hij nog meer om het aanbod van laagwaardige, meer vervuilende producten te beperken en zo een pad uit de vervuilende wegwerpmaatschappij in te zetten?

De leden van de D66-fractie zijn tot slot van mening dat de klimaattransitie ook een sociale transitie moet zijn. Zij vinden het zorgelijk dat groepen die het minst bijdragen aan klimaatverandering ook het minst profiteren van het klimaatbeleid, met name van subsidies. Hoe ziet de Minister deze kloof in het licht van de benodigde gedragsverandering? Is hij bereid om gedragssturende elementen in het beleid op te nemen die er vooral op gericht zijn om groepen met een hoge ecologische voetafdruk aan te zetten tot gedragsverandering? Hoe denkt de Minister beprijzing zo te kunnen inzetten zonder dat de situatie ontstaat dat het betreffende vervuilende product onbereikbaar wordt voor bepaalde groepen, terwijl andere groepen niet geraakt worden door de beprijzing en doorgaan met vervuiling?

Vragen en opmerkingen van de leden van de CDA-fractie

De leden van de CDA-fractie hebben kennisgenomen van onderhavige stukken en hebben daarover op dit moment geen vragen.

Vragen en opmerkingen van de leden van de GroenLinks-fractie

De leden van de GroenLinks-fractie hebben met teleurstelling kennisgenomen van de onderhavige stukken. Deze leden hebben meerdere vragen en opmerkingen over de gang van zaken omtrent de gedragsscansessies, de appreciatie van de Minister en de door de Minister gemaakte beleidskeuze.

De leden van de GroenLinks-fractie lezen dat er aanvullend op vier gedragsscansessies een extra sessie heeft plaatsgevonden over het al dan niet verbieden van fossiele reclame en dat op basis van het hieruit voortvloeiende advies van de experts de beleidskeuze is gemaakt om met duurzaamheidsoproepen te gaan werken. Echter, uit het addendum blijkt dat er geen extra sessie is geweest, dat het onderwerp maar zijdelings ter sprake kwam en dat er te weinig tijd was om tot waardevolle conclusies te komen. Kan de Minister hierop reageren? Klopt het dat er geen extra sessie is geweest omtrent een verbod op fossiele reclame? Wat bedoelt de Minister precies met «extra sessie» in de appreciatie? De leden lezen dat er weinig tijd beschikbaar was om het over een fossiele reclameverbod te hebben. Hoelang is over dit onderwerp gesproken? Waarom zijn er geen notulen gemaakt? Deelt de Minister de opvatting dat dit een zeer belangrijk onderwerp is en dat deze gang van zaken het verzoek van de Kamer en de daadkracht achter zijn milieubeleid ondermijnt?

De leden van de GroenLinks-fractie lezen dat de experts te kennen hebben gegeven dat de vraagstelling en de maatschappelijke doelstelling van een dergelijk verbod niet concreet genoeg waren geformuleerd om de kwestie te beantwoorden. Echter wordt in de appreciatie een conclusie getrokken

op basis van het zogenoemde advies van de experts. Beschouwen de betrokken experts hun aandeel zelf als een advies? Zijn zij het derhalve eens met de conclusie die de Minister trekt in de appreciatie dat het werken met duurzaamheidsclaims de oplossing is? Achten zij de zaak als voldoende besproken en afgehandeld?

De leden van de GroenLinks-fractie vragen of de Minister de opvatting deelt dat het noodzakelijk is om, alvorens een beleidskeuze wordt gemaakt, ervoor te zorgen dat deze gebaseerd is op toereikende feitelijke kennis, teneinde een juiste belangenafweging te maken en dat daar in casu onvoldoende voor is gezorgd. Waarom heeft de Minister niet eerst de door de experts aangekaarte onduidelijkheden geconcretiseerd, zodat een werkelijk advies had kunnen plaatsvinden? Waarom heeft de Minister er niet voor gekozen een extra sessie in te lassen, toen bleek dat tijd en duidelijkheid tekortschoten voor een redelijke behandeling van het onderwerp? Achten de Minister zijn beleidskeuze goed te verantwoorden, nu hij deze onduidelijkheden niet eerst heeft weggenomen?

De leden van de GroenLinks-fractie lezen dat het addendum, de appreciatie en de beleidskeuze voor duurzaamheidsclaims voor een groot deel gebaseerd zijn op de bevindingen van slechts één expert. Onduidelijk is of de gehele inbreng van deze expert in het addendum is opgenomen of slechts een deel. Kan de volledige inbreng van deze expert met de Kamer worden gedeeld?

De leden van de GroenLinks-fractie lezen dat de andere experts juist aangeven dat een verbod op fossiele reclame naar verwachting wel degelijk effect zal hebben op gedrag, omdat het bijdraagt aan het denormaliseren van fossiel gebruik en de maatschappelijke beeldvorming kan doen kantelen door nieuwe normen zoals openbaar vervoer te stimuleren. Hoe apprecieert de Minister deze bevindingen? Waarom heeft de Minister deze niet opgenomen in zijn appreciatie? Deelt de Minister de opvatting dat alles op alles moet worden gezet om de omslag naar een duurzame samenleving te maken en dat de winst die te behalen valt met een dergelijk verbod wordt misgelopen nu niet nader wordt ingegaan op deze bevindingen?

De leden van de GroenLinks-fractie lezen dat het onwaarschijnlijk is om het reclameverbod juridisch te regelen. Waar is deze stellingname op gebaseerd? Deelt de Minister de mening dat het niet aan gedragsexperts is om te adviseren over de juridische haalbaarheid van een dergelijk verbod?

De leden van de GroenLinks-fractie lezen dat de door de Bond van Adverteerders gesuggereerde maatregelen van duurzaamheidsoproepen bij advertenties en gesprekken tussen de Bond en de Reclame Code Commissie worden verwelkomd door de Minister. Kan de Minister het verband aantonen tussen deze maatregelen en de uit het addendum gebleken informatie van de experts? In hoeverre zijn de gedragsexperts betrokken bij deze beleidskeuze? Is het voornemen van deze maatregelen door de Minister met de experts gedeeld en zijn de experts het eens met deze maatregelen?

De leden van de GroenLinks-fractie willen tevens stil staan bij de Bond van Adverteerders. Deze leden stellen dat dit een vereniging is van adverteerders die een sterk belang hebben bij het aanprijzen van hun producten. In de Bond zitten ook fossiele bedrijven zoals Shell en Schiphol. Deelt de Minister de opvatting dat het schrijnend is dat een organisatie die onder meer de commerciële belangen van fossiele bedrijven vertegenwoordigt, het beleid omtrent fossiele reclame kan

vormen? Is de Minister bekend met het feit dat zowel Shell als Schiphol, juist omtrent misleidende duurzaamheidsclaims in hun advertenties, bekende recidivisten zijn bij de Reclame Code Commissie?¹ Deelt de Minister aldus de opvatting dat dit niet strookt met het gegeven dat zij de initiatiefnemers zijn van de gekozen maatregelen en dat dit de gesprekken tussen de Bond en de Reclame Code Commissie niet degelijk maakt? Hoe verhoudt dit zich tot de urgentie van het klimaatprobleem? Welke mogelijkheden tot een fossiel reclameverbod heeft de Minister nog meer overwogen, waar de Bond niet bij betrokken wordt?

De leden van de GroenLinks-fractie lezen dat de Minister een verbod op fossiele reclame niet nodig acht om de klimaatdoelen te halen. Echter, veel onderzoeken en rapporten tonen aan dat reclame voor fossiele producten voor meer verkoop en gebruik zorgt en derhalve de CO₂-uitstoot verhoogt. Hoe apprecieert de Minister het gegeven dat de jaarlijkse extra emissies als gevolg van reclame voor vliegen en brandstofauto's in Europa tot wel 122 megaton CO₂-uitstoot kan veroorzaken?² Hoe apprecieert de Minister het gegeven dat reclame de verkoop van vervuilende auto's zodanig vergoot, dat het de klimaatwinst van elektrisch rijden teniet doet?³ Volgens het ook in de appreciatie aangehaalde rapport van de Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) kan 40 tot 70% emissiereductie worden bereikt met gedragsmaatregelen. Hoe reflecteert de Minister op het feit dat reclameregulering in dit rapport als een van de oplossingen wordt aangedragen?⁴

De leden van de GroenLinks-fractie menen dat het bestaan van fossiele reclame de urgentie van de Parijsdoelen ondermijnt. Het stimuleert vraag naar en investering in fossiele brandstof, terwijl nu juist systeemverandering nodig is om fossiele brandstof uit te faseren. Hoe reflecteert de Minister op het onderzoek van een professor Europees Recht dat stelt dat reclame voor fossiele producten per definitie misleidend is, omdat dit het idee in stand houdt dat de consumptie ervan normaal en acceptabel is terwijl het enorme schade berokkent aan mens en natuur?⁵ In dit onderzoek wordt een verbod op fossiele reclame uitgelegd naar analogie met de Tabakswet. Een verbod op Tabaksreclame werd gerechtvaardigd omdat gebruik van het product leidt tot grootschalige gezondheidsschade. Dit dient naar analogie te worden toegepast op fossiele reclame. Hoe reageert de Minister op dit onderzoek? Hoe ziet de Minister de rol van het denormaliseren van fossiel gebruik in het kader van het halen van de klimaatdoelen? Erkent de Minister dat de normen omtrent het gebruik van fossiel drastisch moeten veranderen om de klimaatdoelen te behalen, zoals de Social Tipping Point coalitie stelt, en dat een verbod op fossiele reclame daarom een proportionele maatregel is?

De leden van de GroenLinks-fractie lezen dat waarschuwingen op reclames worden overwogen als mogelijkheid om keuzegedrag te beïnvloeden. Kan de Minister de bronnen delen die bevestigen dat dit effectief blijkt? Is de Minister bekend met rapporten die juist aantonen dat

¹ Het Financieele Dagblad, 30 juni 2022 (<https://fd.nl/bedrijfsleven/1443980/shell-opnieuw-berispt-voor-groene-reclame-lvi2caxFZkMY>)

² Greenpeace, 23 februari 2022 (<https://www.greenpeace.org/eu-unit/issues/climate-energy/46060/ads-for-cars-and-flights-could-cause-twice-as-much-co2-as-spain/>)

³ Canopea, 23 januari 2020 (<http://www.canopea.be/reguler-la-publicite-pour-les-voitures-est-une-revendication-raisonnable/>) & De Correspondent, 11 februari 2020 (<https://decorrespondent.nl/10953/de-op-een-na-grootste-bron-van-toegenomen-co2-uitstoot-ter-wereld-de-suv/658946707947-0eddd598f>)

⁴ IPCC, 6th assessment Workgroup III, April 2022

⁵ Social Science Research Network, 23 maart 2021 (https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3786647)

deze waarschuwingen als losstaande maatregel onvoldoende werken?⁶ Er wordt juist gesteld dat deze waarschuwingen moeten worden verwerkt in een totaalpakket van maatregelen. Hoe ziet de Minister dit?

Vragen en opmerkingen van de leden van de PvdD-fractie

De leden van de PvdD-fractie hebben met gemengde gevoelens kennisgenomen van de onderhavige stukken. De leden onderschrijven de noodzaak om gedragswetenschappelijke kennis te betrekken bij het klimaatbeleid. Zij zijn ook van mening dat gedragsverandering van burgers, naast het aanpakken van grote vervuilers, noodzakelijk is om de systeemverandering te bereiken die nodig is voor een klimaatneutraal Nederland. Daarom zijn de leden verheugd dat de Minister een gedragsscan heeft laten uitvoeren en van plan is kennis over gedrag integraal te betrekken in het klimaatbeleid. Helaas is de Minister hierin niet ambitieus genoeg. Als de klimaatcrisis echt zou worden behandeld als crisis, dan zou het volledige klimaatbeleid onder de loep genomen worden door gedragswetenschappers en dan zou een belangrijk thema zoals duurzaam voedsel niet buiten de boot vallen in de gedragsscan. Tevens zou dan een verbod op fossiele reclame serieus worden opgepakt. De leden hebben hierover de volgende vragen.

De leden van de PvdD-fractie lezen in de brief over de eerste resultaten gedragsscan en burgeronderzoek TNO naar draagvlak en effectiviteit beleidsprogramma Klimaat (Kamerstuk 32 813, nr. 1059) dat de thema's voor de gedragsscan (mkb, mobiliteit en gebouwde omgeving) zijn aangedragen door de betrokken departementen. Waarom is er niet voor gekozen op het beleid van alle sectoren in het beleidsprogramma Klimaat een gedragswetenschappelijke toets te laten doen? Op basis van welke overwegingen is specifiek gekozen voor deze thema's? Is bijvoorbeeld overwogen op welke thema's in Nederland het meeste te behalen valt met gedragsverandering wat betreft de reductie van broeikasgasuitstoot en, zo ja, zijn dat de gekozen thema's? Zo nee, waarom is hier niet voor gekozen? Op welke manier is de beschrijving in hoofdstuk 5 van het IPCC-rapport van werkgroep III over mitigatie van april 2022 over waar de meeste reductie van broeikasgasemissies kan worden behaald bij de keuze voor deze thema's betrokken? Het valt deze leden op dat de Minister in het Ontwerp beleidsprogramma Klimaat benoemt dat een duurzaam en gezond dieet en minder voedselverspilling bijdragen aan een broeikasgasarme levensstijl. Het verbaast deze leden daarom dat de Minister geen gedragswetenschappelijke toets heeft laten uitvoeren op dit onderwerp. Waarom is dit onderwerp niet betrokken bij de gedragsscan? Is de Minister bereid hier alsnog een gedragsscan op te laten uitvoeren? Zo ja, per wanneer? Zo nee, waarom niet? Is de Minister daarnaast bereid maatregelen om mensen te stimuleren vaker plantaardig en minder vlees te eten op te laten nemen in de groslijst van maatregelen in het kader van het Interdepartementaal Beleidsonderzoek (IBO)? Zo nee, waarom niet?

De leden van de PvdD-fractie kunnen zich niet aan de indruk onttrekken dat de Minister de toezegging aan de Kamer om een verbod op fossiele reclame voor te leggen aan gedragswetenschappers niet erg uitgebreid en zorgvuldig heeft opgepakt. In het addendum bij het syntheseverslag staat dat de gedragswetenschappers de vraag van de Minister naar een «verbod op fossiele reclame» als zodanig te vaag vinden. Is de vraag daarop nader gespecificeerd en bijvoorbeeld in een volgende sessie met de gedragswetenschappers besproken? Zo nee, waarom niet? Is de

⁶ Social Science Research Network, 23 maart 2021 (https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3786647) & Autoriteit Financiële Markten, december 2016 [Let op! Geld lenen kost geld; Een onderzoek naar de effectiviteit van een waarschuwing in kredietreclames]

Minister bereid dit alsnog te doen? Zo nee, waarom niet? Heeft de Minister ook gedragswetenschappers met specifieke kennis op het gebied van reclame uitgenodigd bij de sessie over fossiele reclame aanwezig te zijn? Zo nee, waarom niet? Is de Minister bereid dit alsnog te doen? Zo nee, waarom niet?

De leden van de PvdD-fractie constateren dat de Minister kiest voor de heilloze weg van zelfregulering. Zij constateren dat de klimaatcrisis daarmee nog steeds niet wordt erkend als crisis. Zelfregulering heeft in het verleden meermaals uitgewezen niet tot een echte kentering te leiden in consumptiegedrag, denk bijvoorbeeld aan online gokken en kindermarketing. Waarom denkt de Minister dat sectoren die winst maken met de verkoop van fossiele producten of het aanjagen van het gebruik ervan, zelf met effectieve maatregelen zullen komen om hun afzet flink te beperken? Vindt hij dat echt realistisch? Erkent de Minister dat een verbod op reclame op een bepaald product om consumenten te ontmoedigen voor dit product te kiezen, in het verleden als maatregel is ingezet en effectief is gebleken, zoals bijvoorbeeld bij tabak? Waarom is de Minister in zijn appreciatie niet ingegaan op de normerende werking van een verbod op fossiele reclame, zoals geuit door de gedragswetenschappers in de laatste alinea van het addendum? Kan hij uitleggen waarom hij ondanks de visie van de gedragswetenschappers dat een verbod op fossiele reclame de huidige beeldvorming kan laten kantelen en een nieuwe norm kan stimuleren, niet tot een verbod overgaat? De gedragswetenschappers concluderen dat het op gang brengen van een gesprek over de achterliggende normen en waarden van onze samenleving en welke rol fossiele reclame daarbij speelt belangrijk is. Gaat de Minister dit gesprek op gang brengen en zo ja, in welke vorm? Zo nee, waarom niet?

De leden van de PvdD-fractie vragen op welke wetenschappelijke inzichten de Minister de uitspraak baseert dat hij een verbod op fossiele reclames niet nodig acht om de klimaatdoelen te halen. Kan de Minister een uitgebreide reactie geven op de stapel wetenschappelijke rapporten van gerenommeerde instituten als het IPCC en UNEP⁷, waaruit blijkt dat een verbod op, of het op zijn minst sterk inperken van fossiele reclame, in het algemeen als een effectieve mitigatiemaatregel wordt gezien? Kan de Minister aangeven of er (wetenschappelijke) literatuurstudie(s) zijn naar de effectiviteit van maatregelen om fossiele reclame in te perken, bijvoorbeeld van TNO, en wat de conclusies daarvan zijn? Kan hij die studie(s) met de Kamer delen? Zo nee, waarom niet? Indien er geen literatuurstudie(s) zijn, is hij bereid op korte termijn zo'n literatuurstudie te laten verrichten? Zo nee, waarom niet?

II Antwoord / Reactie van de Minister

Vragen en opmerkingen van de leden van de D66-fractie en reactie van de Minister

1

Vraag over de factor gedrag in relatie tot het Integraal Afwegingskader (IAK)

Antwoord

Bij de beleidsvoorbereiding gelden verschillende kwaliteitsnormen om expliciet af te kunnen wegen of wetten en regels voldoende begrijpelijk en doenlijk zijn, en dus rekening houden met menselijk gedrag. Het streven van het kabinet is om deze normen steeds beter in te bedden in de gehele

⁷ Reclame Fossielvrij, 2022 (<https://verbiedfossielereclame.nl/wp-content/uploads/2022/12/Literatuuroverzicht-fossiele-reclame.pdf>)

cyclus van beleidvorming en het ontwikkelen van wetten en regels. In dit verband wordt het Integraal Afwegingskader voor beleid en regelgeving (IAK) momenteel door de Minister voor Rechtsbescherming omgevormd naar het Beleidskompas, dat in de eerste helft van 2023 wordt gelanceerd⁸. Het Beleidskompas wordt de centrale werkwijze in de beleidsvoorbereiding. In het Beleidskompas is in elke stap, van probleemanalyse tot aan het onderbouwen van de voorkeursoptie, aandacht voor het gedragsperspectief. Ook de doenvermogenstoets⁹ is een belangrijke aanliegroute in de aandacht voor menselijk gedrag. De doenvermogenstoets is reeds als een verplichte kwaliteitseis opgenomen in het huidige IAK en zal ook heel nadrukkelijk naar voren komen in de Beleidskompas-werkwijze voor de beleidsvoorbereiding¹⁰. Ook is het doenvermogen steeds vaker een onderdeel van de uitvoeringstoets.

2

Vraag over de aanbevelingen van maatregelen in de duurzame mobiliteit

Antwoord

In de Contourennota Mobiliteitsvisie die in oktober aan de Kamer is toegezonden, is aangegeven dat «bij het bepalen van de doelen een brede-welvaartsbenadering [wordt] gehanteerd. (...) Uitgangspunt is dat met mobiliteits- en bereikbaarheidsbeleid de brede welvaart voor alle inwoners in Nederland gediend wordt, zowel de gebruikers als de omwonenden van het infranetwerk, nu en in de toekomst». De «kracht van de modaliteiten» wordt juist ook in dit perspectief van brede welvaart geplaatst. In de Hoofdlijnennotitie die in de Contourennota is toegezegd zal hiervan een eerste uitwerking worden gegeven die met de Kamer in het geplande strategische gesprek van 30 maart 2023 besproken kan worden.

3

Vraag over de invoering van zero-emissiezones in gemeenten en flankerend beleid voor bevorderen OV-gebruik

Antwoord

De inzet van het kabinet is om alle gemeenten die voornemens zijn een Zero Emissie (ZE) zone in te stellen met raad en daad bij te staan. Inmiddels hebben 28 gemeenten een ZE zone ingesteld en de verwachting is dat er komend jaar nog een aantal zullen volgen. We blijven met de huidige en potentieel nieuwe gemeenten in gesprek onder andere via het Samenwerkingsprogramma Expertpool Stadslogistiek (SPES). Naast het instellen van ZE zones door gemeenten zet het kabinet ook in op andere maatregelen voor de verduurzaming van de logistiek. Daarbij is het voornemen niet om de doelstelling te verhogen van het aantal gemeenten dat een ZE zone wil instellen.

Het is de ambitie van het kabinet om mobiliteit en bereikbaarheid in te zetten voor een duurzaam en welvend Nederland van de toekomst. We gaan uit van de kracht van de bestaande modaliteiten. Vandaaruit zoeken we naar versterking door verbinding van de modaliteiten tot één samenhangend mobiliteitssysteem waarin de kracht van elk van de modaliteiten optimaal wordt benut en intermodale afwegingen kunnen worden gemaakt.

Betaalbaarheid en aantrekkelijkheid van het ov zijn belangrijk om het ov-gebruik te stimuleren. OV-bedrijven zijn reeds bezig het ov-gebruik te stimuleren met verschillende tijdelijke kortingsacties en nieuwe flexibele soorten abonnementen. De uitkomsten van het KiM-rapport over de

⁸ Brief van 20 oktober 2022, Kamerstuk 36 200 VI, nr. 10.

⁹ <https://www.wrr.nl/adviesprojecten/doenvermogen/doenvermogenstoets>

¹⁰ Kamerstuk 31 731, I.

effecten van tariefsverlaging¹¹ en het gebruik van pull- en pushmaatregelen zullen worden betrokken bij de gesprekken met de andere overheden en vervoerders in het Nationale OV Beraad (NOVB) over het stimuleren van het OV gebruik.

4

Vraag over een brede klimaatcampagne

Antwoord

De klimaattransitie is een gedeelde verantwoordelijkheid van overheid, bedrijven, maatschappelijke organisaties en burgers. De manier waarop we energie gebruiken, wonen, ons verplaatsen, hoe we eten, produceren én consumeren gaat voor iedereen veranderen. Ik wil die gezamenlijke maatschappelijke opgave via een campagne zichtbaar maken door de transitie in alle facetten te laten zien en ook duidelijk te maken wie daarin welke rol vervult en welke doelen we nastreven. In de campagne zal samen gewerkt worden met andere departementen, organisaties zoals RES-regio's, gemeentes en voorlichtingsinstanties als Milieu Centraal om huishoudens en bedrijven in concreet te stimuleren bij te dragen en duurzame keuzes te maken. Bij deze samenwerking zorgen we voor een goede onderlinge doorverwijzing en een gezamenlijke basisboodschap.

5

Vraag over inzet op true pricing

Antwoord

Het kabinet ziet potentie in de inzet van true pricing en stimuleert daarom op verschillende manieren de ontwikkeling van kennis, geschikte methoden en toepassingen voor true pricing. Via twee publiek-private samenwerkingen (PPS-en) wordt ingezet op kennisontwikkeling en via het stimuleren van experimenten worden ook de toepassingen in de praktijk ondersteund die moeten leiden tot lagere maatschappelijke kosten van voedselproductie. Naast deze PPS'en die gericht zijn op kennisontwikkeling stelt het Ministerie van LNV via een meerjarig experimentenprogramma True Pricing 4 jaar geld beschikbaar gesteld voor een bescheiden subsidie (seedmoney) om een breed palet aan experimenten true pricing in de praktijk uit te kunnen laten voeren. Initiatiefnemers van de experimenten zijn vooral afkomstig uit de categorie fundamentele innovators of early adapters. Zo is kennis en ervaring opgedaan met het hanteren van een true price in onder andere de retail, catering, café's, bedrijfsrestaurants. Via een personele unie worden de resultaten van het Experimenteerprogramma en de PPS-en regelmatig uitgewisseld.

Via de Europese Kaderverordening Ecodesign voor Duurzame Producten, waarvoor de onderhandelingen momenteel lopen in de Raad van de Europese Unie, wordt door het kabinet ingezet op het stellen van eisen aan de duurzaamheid en circulariteit van producten. Nadat de Kaderverordening Ecodesign is uitgewerkt, zal de Europese Commissie product specifieke verordeningen opstellen waarin Ecodesign eisen zoals duurzaamheid en circulariteit kunnen worden opgenomen. Het kabinet zet gedurende de onderhandelingen over de Kaderverordening in op een ambitieus wettelijk kader. Ook wanneer Europese Commissie product-specifieke verordeningen opstelt, waarin de ontwerpeisen voor specifieke productgroepen worden vastgesteld, zullen onze nationale experts via consultatierondes en stemrondes inzetten op ambitieuze Ecodesign duurzaamheids- en circulariteitseisen.

¹¹ Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid, «Effecten tariefverlagingen in het ov», november 2022

Verder werkt de Europese Commissie aan een Carbon Border Adjustment Mechanism, een koolstofheffing aan de Europese buitengrens, waardoor de betaalde CO₂-prijs voor de producten die hieronder vallen hetzelfde zal zijn op de Europese markt ongeacht waar deze producten zijn geproduceerd. Zo is er niet alleen in Europa maar ook daarbuiten een prikkel voor producenten om hun productieprocessen te vergroenen en minder CO₂ uit te stoten. Ook zullen de Europese standaarden voor productnormen op het gebied van klimaat en duurzaamheid binnenkort worden herzien.

6

Vraag over de klimaattransitie als sociale transitie

Antwoord

Ik onderschrijf dat de klimaattransitie ook een sociale transitie is. Om onze klimaatdoelen te halen moeten er maatregelen genomen worden die directe invloed hebben op onze manier van leven. Om iedereen handelingsperspectief te bieden om mee te komen met de transitie zijn er verschillende subsidies beschikbaar. Zo is er bijvoorbeeld de ISDE om mensen financieel te ondersteunen die hun woning willen verduurzamen en kunnen mensen met geen of weinig financiële middelen bijvoorbeeld gebruik maken van het Nationaal Warmtefonds. Dit fonds biedt aantrekkelijke financieringsmogelijkheden voor verduurzamingsmaatregelen, bijvoorbeeld een lening met 0% rente voor inkomens tot € 45.014 en huishoudens zonder leenruimte. Ook probeert het kabinet iedereen te helpen met betrouwbare informatie en persoonlijke ondersteuning, zoals met www.verbeterjehuis.nl en via de energieloketten. Zo kunnen minder kapitaalkrachtigen in de samenleving ook toegang krijgen tot een duurzamer levensstijl.

Anderzijds raakt het normerende en beprijzende instrumentarium van bestaand nationaal, Europees beleid en toekomstig beleid de groepen met de hoogste voetafdruk het hardst. Zo geldt er bijvoorbeeld sinds 1 januari 2021 een belasting op vliegtickets voor passagiersvluchten. Het tarief van de vliegbelasting is vanaf 1 januari 2023 omhoog gegaan van € 7,95 naar € 26,43 per passagier die vanuit Nederland vertrekt. Hoe vaker iemand vliegt, hoe vaker dit bedrag betaald moet worden.

Vragen en opmerkingen van de leden van de GroenLinks-fractie en reactie van de Minister

7

Vraag over extra sessie verbod fossiele reclame

Antwoord

In het commissiedebat Klimaat en Energie op 20 april jl. (Kamerstuk 21 501-33, nr. 930) heb ik toegezegd een vraag van een aantal Kamerleden naar de voors en tegens van een eventueel verbod op fossiele reclame voor te leggen aan de gedragswetenschappers die op dat moment meewerkten aan een aantal scansessies. Deze raadpleging heeft plaatsgevonden in de vorm van een extra programmaonderdeel tijdens de vierde en laatste scansessie van 3 juni 2022, die gericht was op het opstellen van themaoverstijgende aanbevelingen naar aanleiding van de drie eerdere themagerichte sessies. Een raadpleging tijdens de sessie op 3 juni was agendatechnisch en organisatorisch de enige mogelijkheid om de verbodskwestie met de experts te bespreken. Er zijn van het extra programmaonderdeel notulen gemaakt, maar die zijn in eerste instantie niet toegevoegd aan het syntheserapport dat voor de zomer aan de Kamer toegestuurd is¹². Dit omdat de verbodskwestie buiten de eigenlijke opdracht aan de wetenschappers viel zoals die eerder in het ontwerp

¹² Kamerstuk 32 813, nr. 1059

beleidsprogramma Klimaat was aangekondigd¹³. Op 29 november zijn de notulen in de vorm van een addendum bij het syntheserapport alsnog met de Kamer gedeeld¹⁴.

8

Vraag over appreciatie aanbevelingen verbod fossiele reclame

Antwoord

De gedragswetenschappers hebben een aantal kanttekeningen geplaatst bij de vraag over een eventueel verbod op fossiele reclame. Met name geven zij aan dat de vraag in de gestelde vorm in een aantal opzichten te vaag is om gericht te kunnen beantwoorden. De wetenschappers komen daarom niet met een definitief oordeel of concrete aanbeveling, maar geven wel een aantal aanwijzingen over hoe vanuit gedragswetenschappelijke optiek kan worden omgegaan met bepaalde vormen van reclame voor producten en diensten van (deels) fossiele oorsprong. Hiermee schetsen zij een genuanceerd beeld van een mogelijk verbod. Ik deel deze genuanceerde benadering en wil nu als eerste stap in gesprek gaan met de reclamebranche zelf. Deze aanpak is, zoals ook de rest van mijn brief van 11 november jl.¹⁵, het resultaat van een eigenstandige inhoudelijke afweging van het kabinet. Wetenschap en politiek behoren hier ieder hun eigen afweging in te maken.

9

Vraag over inbreng van kennis voor juiste belangenafweging

Antwoord

Ik deel de opvatting van de GroenLinks-fractie dat aan beleidskeuzes voldoende feitelijke kennis ten grondslag moeten liggen. In de onderhavige kwestie is het beleid echter nog volop in opbouw, waardoor er nog geen sprake is van definitieve beleidskeuzes. De gedragswetenschappers suggereren een genuanceerde aanpak en die wil ik de komende tijd ook verder gaan uitwerken. Wat betreft het inlassen van een extra sessie verwijs ik naar de beantwoording van vraag 6.

10

Vraag over volledigheid addendum

Antwoord

Het addendum geeft volledig de schriftelijke inbreng weer van de genoemde gedragswetenschapper, alsmede de toevoegingen van de andere wetenschappers die aan het extra programmaonderdeel over een eventueel verbod op fossiele reclame hebben meegewerkt. Alle wetenschappers hebben ook hun akkoord gegeven op de tekst van het addendum.

11

Vraag over verbod fossiele reclame en maatschappelijke beeldvorming

Antwoord

Ik ben het eens met de opvatting van een aantal van de gedragswetenschappers dat de klimaat- en energietransitie gepaard zal moeten gaan met een andere, niet fossiele maatschappelijke norm. De wetenschappers geven aan dat verandering van de norm vooral erbij gebaat is als hierover een breed publiek debat op gang komt. Ik onderschrijf een dergelijke genuanceerde benadering en wil als eerste stap in gesprek gaan met de

¹³ Kamerstuk 32 813, nr. 1049

¹⁴ Kamerstuk 32 813, nr. 1163

¹⁵ Kamerstuk 32 813, nr. 1117

reclamebranche zelf. Hierbij staat wat mij betreft de vraag centraal of de branche bereid is mee te werken aan het op gang brengen van het debat. Daarnaast verwacht ik dat de vele andere maatregelen van het kabinet uit het beleidsprogramma Klimaat zullen bijdragen aan meer debat en dialoog over een niet fossiele norm voor onze samenleving. Met name wil ik in dit verband wijzen op de hierboven genoemde brede klimaatcampagne. Zie verder ook de beantwoording van vraag 4.

12

Vraag over juridisch opmerking gedragswetenschappers

Antwoord

Ik ben het eens met de leden van de GroenLinks-fractie. De gedragswetenschappers is niet gevraagd om ook in juridische zin te adviseren. Echter zij hebben in alle vrijheid hun mening kunnen geven, de bedoelde juridische opmerking is daarbij op eigen initiatief en gezag ingebracht.

13

Vraag over verband tussen gesprek reclamebranche en aanbeveling gedragswetenschappers

Antwoord

Mijn aanpak om als eerste stap in gesprek te gaan met de reclamebranche is niet van tevoren met de wetenschappers besproken, noch is er aan hen om instemming of goedkeuring gevraagd. Bij adviezen vanuit de wetenschap en de politiek-inhoudelijke vertaling daarvan door de leden van het kabinet gaat het om gescheiden verantwoordelijkheden. Zie verder ook de beantwoording van vraag 7.

14

Vraag over rol Bond van Adverteerders en Reclame Code Commissie

Antwoord

De Bond van Adverteerders (BVA) is een brede brancheorganisatie waarbij zeer uiteenlopende adverterende bedrijven en instellingen zijn aangesloten. Het is mijns inziens belangrijk om juist binnen deze groep van communicatie- en marketingprofessionals een discussie op gang te brengen over eerlijk, transparant en maatschappelijk relevant adverteren. Ik deel niet de opvatting van de leden van de GroenLinks-fractie dat de BVA bij voorbaat geen serieuze gesprekspartner is omdat hij commerciële (verkoop)belangen zou steunen of omdat ook bedrijven als Schiphol en Shell zijn aangesloten. Het ledenbestand van de BVA is zeer divers, ook niet commerciële organisaties zijn lid en het ledenbestand bevat ook verschillende groene koplopers. Het feit dat de Reclame Codecommissie een aantal bedrijven meerdere keren op de vingers heeft getikt vanwege onjuiste informatie over hun eigen duurzaamheidsinspanningen is een teken dat er op dit moment al het nodige zelfreinigend vermogen aanwezig is. Ik wil in overleg met de branche bekijken of dit verder kan worden versterkt. Hiermee zou een aanpak kunnen ontstaan als alternatief voor een verbod op fossiele reclame. Mede daarom zal ik vooralsnog geen verdere stappen zetten inzake een verbod. Zie verder ook de beantwoording van vraag 21.

15

Vraag over rol reclame CO₂ emissies

Antwoord

Met de instrumenten uit de Klimaatwet, de maatregelen uit het Coalitieakkoord en het aangekondigde IBO heeft het kabinet een volwaardig pakket in handen om de afgesproken klimaatdoelen binnen bereik te brengen. Dit

pakket richt zich nadrukkelijk op alle actoren, zowel burgers, bedrijven als overheden. Dit betekent dat ook bedrijven die zich geheel of gedeeltelijk met fossiele activiteiten bezig houden gebonden zijn aan het klimaatbeleid. Daarmee geeft het kabinet de voorkeur aan bronbeleid, het afremmen, stopzetten en vergroenen van fossiele activiteiten, boven het aan banden leggen van de communicatie richting gebruikers van dat soort activiteiten. Wel geven de gedragswetenschappers aan dat de klimaat- en energietransitie gepaard zal moeten gaan met een andere, niet fossiele maatschappelijke norm en dat een maatschappelijke dialoog hierbij zeer behulpzaam kan zijn. Daarom zal het kabinet ook investeren in deze dialoog, zoals met de eerder genoemde klimaatcampagne en bijvoorbeeld de Nationale Klimaatweek. Hiermee kan op een andere manier invulling worden gegeven aan de aanbevelingen op het gebied van gedrag die in het laatste rapport van het Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC)¹⁶ worden genoemd.

16

Vraag over rechtmatigheid fossiele reclame en analogie Tabakswet

Antwoord

De leden van de GroenLinks-fractie verwijzen naar een onderzoek waarin op morele gronden voor een verbod op fossiele reclame wordt gepleit. Echter een verbod voor bepaalde reclame zal in onze rechtstaat altijd een juridische grondslag moeten hebben. Die grondslag ontbreekt momenteel. De vaak in de discussie aangehaalde activiteiten waarvoor geen reclame meer gemaakt zou mogen worden (vliegen, fossiele brandstof tanken) zijn legaal en een reclameverbod zou bij onzorgvuldige afbakening onbedoelde neveneffecten kunnen hebben en juridisch kwetsbaar zijn. Een verbod op reclame voor reizen met vervoermiddelen die fossiele brandstof gebruiken zou bijvoorbeeld ook vervoermiddelen zoals trein, schip of particuliere auto kunnen treffen. Daarnaast is het van belang dat een eventueel reclameverbod inbreuk maakt op de fundamentele rechten en vrijheden die zijn vastgelegd in het Europees Verdrag voor de Rechten van de Mens (EVRM), in het bijzonder het eigendomsrecht en de vrijheid van meningsuiting. Ook zal een reclameverbod, tenzij het op EU-niveau wordt ingevoerd, een inbreuk vormen op de beginselen van de EU interne markt, in het bijzonder het vrij verkeer van goederen en diensten. Een reclameverbod moet onder het EU-recht non-discriminatoir zijn, gericht op de bescherming van een dwingende reden van algemeen belang, geschikt zijn om het beoogde doel te realiseren en niet verder gaan dan strikt nodig is om dat doel te bereiken. Het is met name de geschiktheid en de proportionaliteit in meer enge zin van een dergelijk verbod dat kwetsbaar is.

Verder is er geen sprake van een goede vergelijking van een eventueel verbod op fossiele reclame met de maatregelen op reclamegebied uit de Tabakswet. De Tabakswet richt zich op één zeer duidelijk gedefinieerd product waarbij via onderzoek onomstotelijk de gezondheidsschade voor tabaksgebruikers werd aangetoond. Dit gaf de wetgever de mogelijkheid om juridisch houdbare beperkingen op te leggen in de reclame voor dit product. Zoals ook de gedragswetenschappers in hun bijdrage hebben aangegeven is fossiele reclame echter een verzamelbegrip voor allerlei soorten commerciële uitingen over allerlei soorten meer of minder fossiele activiteiten met diverse gradaties van CO₂-emissies. Oorzaak en gevolg zijn veel lastiger – ook in juridische zin – vast te stellen dan in het geval van tabaksgebruik. Alleen nauwkeurig afgebakende en goed onderbouwde verboden, zouden een kans kunnen hebben. Daarom kiest het kabinet in het actuele klimaatbeleid voor gerichte maatregelen om fossiele activiteiten zelf af te remmen, stop te zetten en te vergroenen. Dat

¹⁶ IPCC, 6th assessment Workgroup III, April 2022

is effectiever dan de beperking van reclame. Zie verder ook de beantwoording van vraag 15.

17

Vraag over bijdrage waarschuwingen in reclame

Antwoord

Het onderzoek waarnaar de leden van de GroenLinks-fractie verwijzen betreft de waarschuwing «Let op. Geld lenen kost geld!» die sinds 2009 verplicht is gesteld voor alle reclames over kredietproducten. Uit het betreffende onderzoek van de AFM¹⁷ blijkt dat de waarschuwing geen onmiddellijk effect heeft op het gedrag en de houding van consumenten. De communicatie- en gedragsdeskundigen die de AFM voor dit onderzoek heeft geconsulteerd wijzen echter wel op het mogelijke bestaan van een lange termijn effect van de kredietwaarschuwing op de sociale norm over lenen, waardoor er minder positief tegen lenen wordt aangekeken. Ook draagt de waarschuwing mogelijk bij aan de herkenbaarheid van krediet in een omgeving waar het niet direct duidelijk is dat het gaat om een lening. Volgens de geraadpleegde deskundigen is het wel zaak dat waarschuwingen in reclame-uitingen niet op zich staan, maar onderdeel uitmaken van een uitgebreider pakket aan maatregelen. Ik onderschrijf deze aanbeveling. Waarschuwingen in fossiele reclames zouden in die zin onderdeel kunnen zijn van een bredere aanpak om een dialoog over een niet fossiele maatschappelijke norm op gang te brengen. Daarom ga ik graag het gesprek aan met de reclamebranche om na te gaan welke bijdrage zij aan een dergelijke aanpak zou kunnen leveren. Zie verder ook de beantwoording van vraag 11.

Vragen en opmerkingen van de leden van de PvdD-fractie en reactie van de Minister

18

Vraag over de selectie thema's voor gedragsscan

Antwoord

De thema's die in de scansessies aan de orde kwamen, zijn vooraf geselecteerd op basis van een analyse door eigen gedragspecialisten van de zogenaamde Behavioral Insight Teams (BIT's) die bij de betrokken departementen actief zijn. In deze analyse is het ontwerp beleidsprogramma Klimaat doorgelicht op de aanwezigheid van maatregelen die inspelen op gedragsverandering dan wel een gedragsverandering veronderstellen. Uit de analyse bleek dat het beleidsprogramma vooral «gedraggevoelig» is op de thema's duurzame mobiliteit, verduurzaming MKB en verduurzaming gebouwde omgeving. Deze drie thema's zijn daarom besproken met de gedragswetenschappers. De opdracht was dus niet om een optimaal pakket aan gedragsmaatregelen te ontwerpen, maar om de door het kabinet voorgestelde klimaat-maatregelen met een gedragsaspect te analyseren. De aanbevelingen uit het genoemde IPCC-rapport zijn hierin meegenomen.

19

Vraag over ontbreken thema voedsel in gedragsscan

Antwoord

De gedragsscan richtte zich op maatregelen die inspelen op gedragsverandering dan wel een gedragsverandering veronderstellen zoals die zijn opgenomen in het ontwerp beleidsprogramma Klimaat. Een duurzaam en gezond dieet en minder voedselverspilling worden in het beleidspro-

¹⁷ Autoriteit Financiële Markten, december 2016

gramma genoemd als voorbeelden van een broeikasgasarme levensstijl die met gedragsinterventies bevorderd kan worden. Echter het beleidsprogramma bevat verder geen concrete maatregelen op voedselgebied, dus konden gedragswetenschappers geen analyse op dit thema uitvoeren. Het Ministerie van LNV is echter momenteel bezig met het opstellen van een nieuwe Voedselbrief, waarin verschillende maatregelen zijn opgenomen die inspelen op gedragsverandering. Het Ministerie van LNV heeft de bij de eerdere scansessies betrokken gedragswetenschappers gevraagd deze maatregelen op dezelfde manier te analyseren als zij bij het ontwerp beleidsprogramma Klimaat hebben gedaan. De resultaten van deze extra scansessie zullen worden gepubliceerd bij het verschijnen van de Voedselbrief in het voorjaar van 2023.

20

Vraag over wijze van raadplegen van gedragswetenschappers

Antwoord

Zie de beantwoording onder vraag 7.

21

Vraag over zelfregulering reclamebranche en normerende werking reclameverbod

Antwoord

Het idee om bepaalde waarschuwingen te gaan plaatsen in reclames en advertenties voor bepaalde producten en diensten met een fossiel karakter is op eigen initiatief door de Bond van Adverteerders (BVA) naar voren gebracht. Ook is de BVA zelf met het voorstel gekomen om het toezicht van de Reclame Codecommissie op bepaalde duurzaamheidsclaims in reclames en advertenties te versterken. Deze signalen maken duidelijk dat de branche bereid is om kritisch naar zichzelf te kijken. Het is belangrijk om deze beweging te versterken. Ik ga daarom graag nader in gesprek met de branche over hun voorstellen. De analogie met het Tabakswet en de het reclameverbod dat in dat kader is opgelegd gaat mijns inziens niet op; hiervoor verwijs ik naar de beantwoording van vraag 16. Verder ben het eens met de opvatting van een aantal van de gedragswetenschappers dat de klimaat- en energietransitie gepaard zal moeten gaan met een andere, niet fossiele maatschappelijke norm. Het is echter de vraag of deze omslag bereikt kan worden door fossiele reclame zonder meer te verbieden. De wetenschappers geven zelf ook aan dat dit een te simpele voorstelling van zaken is. Zij geven aan dat verandering van de norm vooral erbij gebaat is als hierover een breed publiek debat op gang komt. Waarschuwingen in fossiele reclames zouden kunnen helpen bij het op gang brengen van dit debat. Daarnaast verwacht ik dat de vele andere maatregelen van het kabinet uit het beleidsprogramma Klimaat zullen bijdragen aan meer debat en dialoog over een niet fossiele norm voor onze samenleving. Met name wil ik in dit verband wijzen op de hierboven genoemde brede klimaatcampagne. Zie verder ook de beantwoording van vraag 11 en 14.

22

Vraag over bijdrage verbod fossiele reclame aan realisatie klimaatdoelen

Antwoord

Het kabinet maakt gebruik van een uitgebreid pakket instrumenten voor de realisatie van de klimaatdoelen: de voorzieningen en regelingen uit de Klimaatwet, de maatregelen uit het Coalitietakkoord en de aangekondigde maatregelen voortkomend uit het IBO. Dit pakket richt zich nadrukkelijk op alle actoren, zowel burgers, bedrijven als overheden. Dit betekent dat ook bedrijven die zich geheel of gedeeltelijk met fossiele activiteiten bezig

houden gebonden zijn aan het klimaatbeleid. Er zijn dus genoeg alternatieve instrumenten beschikbaar om fossiele activiteiten af te remmen, stop te zetten of te vergroenen. Tegelijk kleven er de nodige nadelen aan het terugdringen van fossiele activiteiten via een reclameverbod. Daarom maakt het kabinet de inhoudelijke afweging om het bestaande instrumentenpakket voor dit doel in te zetten en geen reclameverbod. Zie verder ook de beantwoording onder vraag 15 en 16.