

Ministerie van Economische Zaken  
en Klimaat

> Retouradres Postbus 20401 2500 EK Den Haag

De Voorzitter van de Tweede Kamer  
der Staten-Generaal  
Prinses Irenestraat 6  
2595 BD DEN HAAG

**Directoraat-generaal Klimaat  
en Energie**

Directie Klimaat

**Bezoekadres**

Bezuidenhoutseweg 73  
2594 AC Den Haag

**Postadres**

Postbus 20401  
2500 EK Den Haag

**Overheidsidentificatienr**

00000001003214369000

T 070 379 8911 (algemeen)

F 070 378 6100 (algemeen)

[www.rijksoverheid.nl/ezk](http://www.rijksoverheid.nl/ezk)

**Ons kenmerk**

DGKE-K / 26196197

**Uw kenmerk**

2022D51015

Datum 6 februari 2023

Betreft Beantwoording Kamervragen naar aanleiding van brief 'Appreciatie  
gedragsscan beleidsprogramma Klimaat'

Geachte Voorzitter,

Onder dankzegging voor de bijdragen van de leden van de vaste commissie voor  
Economische Zaken en Klimaat die zijn ingediend tijdens een schriftelijk overleg  
van de commissie op 8 december jl. zend ik u hierbij de antwoorden op de vragen  
van de fracties van D66, GroenLinks en PvdD.

R.A.A. Jetten  
Minister voor Klimaat en Energie

**2022D51015**

**Vragen en opmerkingen van de leden van de D66-fractie**

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 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 gelanceerd<sup>1</sup>. 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 gedragperspectief. Ook de doenvermogenstoets<sup>2</sup> is een belangrijke aanvliegroute 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 beleidsvoorbereiding<sup>3</sup>. 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

---

<sup>1</sup> Brief van 20 oktober 2022, Kamerstuk 36200-VI, nr. 10.

<sup>2</sup> <https://www.wrr.nl/adviesprojecten/doenvermogen/doenvermogenstoets>

<sup>3</sup> Kamerstuk I 31731, nr. I.

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 welvarend 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 effecten van tariefsverlaging<sup>4</sup> 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

---

<sup>4</sup> Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid, "Effecten tariefverlagingen in het ov", november 2022

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, caf es, 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 ontwerp-eisen voor specifieke productgroepen worden vastgesteld, zullen onze nationale experts via consultatierondes en stemrondes inzetten op ambitieuze Ecodesign duurzaamheids- en circulariteitseisen.

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](http://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**

7

Vraag over extra sessie verbod fossiele reclame

Antwoord

In het commissiedebat Klimaat en Energie op 20 april jl. 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 is<sup>5</sup>. Dit omdat de verbodskwestie buiten de eigenlijke opdracht aan de wetenschappers viel zoals die eerder in het ontwerp beleidsprogramma Klimaat was aangekondigd<sup>6</sup>. Op 29 november zijn de notulen in de vorm van een addendum bij het syntheserapport alsnog met de Kamer gedeeld<sup>7</sup>.

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

---

<sup>5</sup> Brief 24 juni 2022, Kamerstuk 32813-1059

<sup>6</sup> Brief 2 juni 2022, Kamerstuk 32813-1049

<sup>7</sup> Brief 29 november 2022, Kamerstuk 32813-1163

november jl.<sup>8</sup> , 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 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

---

<sup>8</sup> Brief 11 november 2022, Kamerstuk 32813-1117

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)<sup>9</sup> 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-discriminatoire 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 CO<sub>2</sub>-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

<sup>9</sup> IPCC, 6th assessment Workgroup III, April 2022



kabinet in het actuele klimaatbeleid voor gerichte maatregelen om fossiele activiteiten zelf af te remmen, stop te zetten en te vergroenen. Dat 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 AFM<sup>[1]</sup> 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**

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 gedragsspecialisten 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.

---

<sup>[1]</sup> Autoriteit Financiële Markten, december 2016

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 beleidsprogramma 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.