

# Position paper Rondetafelgesprek verbod fossiele reclame

*Harald Buijtendijk & Eke Eijgelaar, onderzoekers nexus toerisme transport klimaatverandering, Breda University of Applied Sciences, Juni 2026*

## Samenvatting

**De toenemende uitstoot van toerisme en luchtvaart vormt een bedreiging voor gezondheid en (inter)nationale klimaatdoelstellingen. Huidig luchtvaartbeleid en maatregelen door reisbedrijven en luchtvaartmaatschappijen schieten tekort om deze ontwikkeling om te draaien. Een landelijk fossiel reclameverbod is een noodzakelijk, relatief goedkoop en breed geaccepteerd middel om de vraag naar fossielafhankelijk toerisme (vlieg en cruisereizen) te beperken en de impact op gezondheid, klimaat en milieu in balans te krijgen. Het is effectief beleid omdat het direct gedrag dat gezondheidsschade veroorzaakt ontmoedigt en denormaliseert, greenwashing onmogelijk en echte groene groei mogelijk maakt. Zolang fossiele reclame toegestaan is, blijven alle andere vormen van (vaak kostbaar) klimaatbeleid minder effectief. Een landelijk fossiel reclameverbod is daarom een belangrijke eerste stap op weg naar een leefbare toekomst voor iedereen.**

## Inleiding

Deze position paper is geschreven op verzoek van de vaste Tweede Kamercommissie voor Klimaat en Groene Groei. De aanleiding is een rondetafelgesprek rondom de vraag op welke manier een verbod op fossiele reclame bijdraagt aan het halen van klimaatdoelen. Fossiele reclame is gedefinieerd als “reclame over de producten en diensten fossiele brandstoffen, vliegvakanties, vliegtickets, grijze stroomcontracten, gascontracten, cruisereizen of auto’s met een fossiele of hybride brandstofmotor” [1].

De discussie over fossiele reclame hangt samen met de beslissing van verschillende Nederlandse gemeenten om fossiele reclame in de publieke ruimte via lokale wet- en regelgeving te verbieden, in navolging van de gemeente Den Haag en het verloren kort geding van de reisbranche tegen deze gemeente, waarin de rechter stelde dat publieke belangen als gezondheid en klimaat prevaleren boven commerciële belangen van adverteerders.

In dit position paper stellen wij dat niet-essentieel gebruik van fossiele brandstoffen door bepaalde vormen van vrijetijdstoerisme (vliegvakanties, cruisevakanties), met een steeds groter deel van de wereldwijde broeikasgasuitstoot, bovenstaand publiek belang bedreigt en een fossiel reclameverbod rechtvaardigt.

## De relatie fossiel toerisme – volksgezondheid

De klimaatcrisis veroorzaakt door productie en consumptie van fossiele brandstoffen wordt door steeds meer experts als volksgezondheids crisis gezien. De snelle en omvangrijke emissiereducties in alle sectoren die noodzakelijk zijn om een leefbare toekomst voor iedereen te garanderen blijven namelijk uit [2]. Inmiddels is de klimaatcrisis alleen in Europa al goed voor 600.000 voortijdige sterfgevallen per jaar [3]. Afgelopen maand heeft een onafhankelijke adviescommissie bij de Wereldgezondheidsorganisatie opgeroepen de klimaatcrisis aan te merken als ‘Public Health Emergency of International Concern’ (PHEIC) [4].

Toerisme levert een steeds grotere bijdrage aan de klimaat- en volksgezondheids crisis, omdat de emissies van toerisme blijven groeien [5]. Dit komt met name omdat toerisme in toenemende mate afhankelijk wordt gemaakt van luchtvaart; een sector waarvan de emissies eveneens continue toenemen [6]. Ook de Nederlandse cruisemarkt groeit gestaag door [7]. Zonder interventie zal de toerismesector er niet in slagen de eigen belofte zoals vastgelegd in de Glasgow Declaration on Climate Action in Tourism na te komen: in 2030

een halvering van de eigen emissies en zo snel mogelijk voor 2050 netto-nul uitstoot [8]. Brancheorganisatie van Nederlandse reisondernemingen ANVR is medeondertekenaar van de Glasgow Declaration.

De huidige emissiereductiemaatregelen in de toeristische sector zijn namelijk volstrekt ontoereikend om deze doelstellingen te bereiken. Onderzoek laat zien dat toerisme alleen in 2050 netto nul emissies kan bereiken als alle beschikbare technologische maatregelen worden gecombineerd met maatregelen die het aanjagen van vraag naar reizen die sterk afhankelijk zijn van fossiele brandstoffen, zoals vliegvakanties en cruisevakanties, beperken [9, 10].<sup>1</sup>

Nederland draagt – gezien de relatief kleine bevolking – onevenredig bij aan deze klimaat- en volksgezondheids crisis. Tussen 2002 en 2019 stegen de emissies van Nederlandse vakanties met 25%, tot 11,8% van de totale CO<sub>2</sub>-uitstoot van de Nederlandse economie. Deze groei heeft twee belangrijke oorzaken: aan Nederlanders werden meer vliegvakanties naar steeds verdere bestemmingen en meer georganiseerde vakanties verkocht. Emissies van georganiseerde vakanties vanuit Nederland zijn tussen 2002 en 2019 bijna verdubbeld en die van Nederlandse vliegvakanties stegen met 75% [15].

Reisorganisaties kiezen er vaak bewust voor afhankelijk te blijven van fossiele brandstof. Het grootste deel van de 199 bij de ANVR aangesloten touroperators actief in het vrijetijdssegment kiest er nog steeds voor productportfolio's te vermarkten die geheel of gedeeltelijk afhankelijk zijn van de luchtvaart (46% gebruikt uitsluitend luchtvervoer, ongeacht de afstand; nog eens 36% gebruikt luchtvervoer en andere vervoersmiddelen) [16]. De ambities en activiteiten van de ANVR op het gebied van emissiereductie hebben nooit tot daadwerkelijke emissiereducties geleid en er met name voor gezorgd dat structurele oplossingen buiten beschouwing werden gelaten [17, 18]. Vanaf 2027 moeten ANVR leden weliswaar hun uitstoot rapporteren, maar hier worden geen reductiedoelen aan gekoppeld [19].

## Hoe effectief is een fossiel reclameverbod?

Allereerst is er **directe ontmoediging van gedrag dat gezondheidsschade veroorzaakt**. Het tabaksreclameverbod heeft bijgedragen aan het denormaliseren van roken en ertoe geleid dat jongeren minder snel gaan roken [20]. De relatie reclame-gezondheid ligt ook aan de basis voor het aangekondigde reclameverbod op online kansspelen [21] en de richtlijn over social mediagebruik [22].

Dan is er **denormalisering**. Onderzoek laat zien dat er in de EU brede publieke steun is voor een fossiel reclameverbod in de publieke ruimte en dat een dergelijk verbod dus een effectieve maatregel is om het gebruik van fossiele brandstof te denormaliseren zonder de vrijheid van burgers om hun eigen consumptiebeslissingen te nemen in te perken [23]. Dit is een cruciaal effect. Gedragsonderzoek in en buiten het toerisme laat namelijk telkens weer zien dat consumptiegedrag moeilijk te veranderen is zolang (fossiele) reclame wordt gebruikt om genormaliseerde consumptiepatronen te creëren en in stand te houden [zie o.a. 24, 25].

---

<sup>1</sup> Alle seinen dat de luchtvaart haar uitstoot tijdig naar netto nul krijgt staan ook op rood. Het aandeel van de luchtvaart in de nationale klimaatimpact neemt al 35 jaar toe en zal mogelijk 7,2% zijn in 2030 [11], en vormt een toenemende belemmering voor het behalen van Nederlandse klimaatdoelen. De uitstoot van KLM zet nog altijd geen daling in, terwijl haar nieuwe science-based target voor 2030 minder ambitieus is dan het vorige [12]. AirFrance-KLM ziet haar totale uitstoot in 2030 niet dalen ten opzichte van 2024 [13]. Tot slot impliceert luchtvaartorganisatie IATA dat netto nul niet meer haalbaar is [14]. Technologische oplossingen blijken niet tijdig schaalbaar.

Verder **maakt een fossiel reclameverbod greenwashing onmogelijk**. Greenwashing vertroebelt consumentenbeslissingen [26]. ANVR-leden, luchtvaartmaatschappijen en cruisereederijen hebben consumenten regelmatig misleid over hun duurzaamheidsactiviteiten. Sinds 2016 zijn er 14 greenwashing-zaken aangespannen tegen advertenties van reisbedrijven. In verreweg de meeste gevallen werden deze advertenties als misleidend beoordeeld [27].

En tot slot **maakt een fossiel reclameverbod groene groei mogelijk** door de marketingkosten van duurzamere vakantieproducten te verlagen [28]. Het helpt reisaanbieders hun bestaande bedrijfsmodel – nu een barrière om te verduurzamen [25] – te herzien en de eigen emissiereductiebeloften waar te maken.

## **Hoe kan het beleid worden vormgegeven?**

Via een landelijk verbod op fossiele reclame. In vergelijking met veel ander klimaatbeleid, zijn advertentieverboden goedkoop en eenvoudig implementeerbaar [28]. Een landelijk verbod op fossiele reclame sluit aan op internationale afspraken die landen maakten tijdens COP28 en COP30 om fossiele brandstoffen uit te faseren, waarbij Nederland internationaal een leidende rol speelt. In dit licht werkt het kabinet momenteel aan een nationale routekaart voor de afbouw van fossiel, in de vorm van de Actualisatie van het Nationaal Plan Energiesysteem [29]. Gelet op voornoemde effecten, vormt een fossiel reclameverbod een relatief eenvoudige, eerste stap van deze routekaart. Onderzoek laat zien dat fossiele reclameverboden voor fossiele of schadelijke producten aanzienlijk draagvlak hebben [23, 30]. Zo kan een landelijk fossiel advertentieverbod als haalbaar startpunt de publieke acceptatie voor bredere beleidspakketten vergroten [23].

Zolang een landelijk fossiel reclameverbod uitblijft, dwingt het Rijk gemeenten om het (juridisch) op te nemen tegen bedrijven die ervoor kiezen verdienmodellen gebaseerd op grootschalig en niet-essentieel gebruik van fossiele brandstoffen, te handhaven. Zolang fossiele reclame toegestaan is, blijven alle andere vormen van (vaak kostbaar) klimaatbeleid minder effectief. Een landelijk fossiel reclameverbod is daarom een belangrijke eerste stap op weg naar een leefbare toekomst voor iedereen.

## Bronnen

1. Gemeente 's-Gravenhage. (2024). Wijziging Algemene plaatselijke verordening voor de gemeente Den Haag (APV). Gemeenteblad(515873).
2. UNEP. (2025). Emissions gap report 2025.
3. Bawden, A. (2026). Declare climate crisis a global public health emergency, experts tell WHO. *The Guardian*
4. World Health Organization. (2026). Powering-up action on climate and health: from politics to implementation.
5. Sun, Y.-Y., et al. (2024). Drivers of global tourism carbon emissions. *Nature Communications*, 15(1), 10384.
6. IATA. (2025). IATA Net Zero Progress Report 2024.
7. CLIA. (2026). 2025 Europe market report.
8. One Planet Sustainable Tourism Program. (2021). Glasgow Declaration: a commitment to a decade of climate action.
9. TPCC. (2023). Tourism Climate Change stocktake 2023. Summary for policymakers.
10. Peeters, P., & Papp, B. (2024). Pathway to zero emissions in global tourism: opportunities, challenges, and implications. *Journal of Sustainable Tourism*, 32(9), 1784-1810.
11. Leestemaker, L., & Meijer, C. (2025). Nederlandse klimaatdoelen luchtvaart. Haalbaarheid met huidige beleid en mogelijke beleidsopties. CE Delft.
12. KLM. (2026). Annual report 2025.
13. Air France KLM Group. (2026). Universal registration document 2025.
14. Walsh, W. (2026). Willie Walsh's Report on the State of the Global Air Transport Industry at IATA's 82<sup>nd</sup> AGM. IATA.
15. Eijgelaar, E., et al. (2021). Travelling large in 2019: The carbon footprint of Dutch holidaymakers in 2019 and the development since 2002. Breda University of Applied Sciences.
16. Buijtendijk, H., et al. (2024). Climate risks for Dutch tour operators. CELTH.
17. van der Duim, R., & Keller, E. (2021). Gaan we (nog steeds) te ver? Vrijtijdstudies, 39(3), 11-15.
18. Buijtendijk, H. (2021). Beware of chameleons – chameleons beware. The propriety of innovation as a concept for the coordination of novelty and change. Insights from the Dutch outbound travel industry [PhD, Wageningen University & Research]. Wageningen, Netherlands.
19. ANVR. (2026). Klimaatimpact meten en reduceren. Een instructie voor reisbedrijven.
20. Nationaal Expertisecentrum Tabaksontmoediging. (2022). Notitie Effectiviteit van Nederlands Tabaksontmoedigingsbeleid.
21. Rijksoverheid. (2026). Kabinet scherpt beleid online kansspelen flink aan.
22. Karremans, V. (2025). Kamerbrief richtlijn gezond en verantwoord scherm- en sociale mediagebruik. VWS.
23. Bouman, T., et al. (2025). Local fossil fuel ad ban as a catalyst for global change. *Nature Climate Change*, 15(4), 348-350.
24. Zijlstra, T., & Uitbeijerse, G. (2023). Klimaatbesef en minder vliegen? Achtergrondrapport. KiM.
25. Hamersma, M., et al. (2025). Mogelijkheden voor vergroening van recreatief reisgedrag. Het perspectief van de reiziger, de aanbieder en de overheid. KiM.
26. Friedman, R. S., & Campbell, D. S. (2023). An experimental study of the impact of greenwashing on attitudes toward fossil fuel corporations' sustainability initiatives. *Environmental Communication*, 17(5), 486-501.
27. Buijtendijk, H., et al. (2025). Expert statement on banning tourism fossil fuel advertisements from public spaces.
28. Bouman, T., et al. (2023). Wetenschappelijk advies. Een verbod op fossiele reclame. Essentieel maar niet voldoende.
29. van Veldhoven-van der Meer, S. (2026). Kamerbrief conferentie Colombia over de transitie weg van fossiele brandstoffen. EZK.
30. van Velzen, D., & van der Lelij, B. (2025). Maatschappelijk draagvlak voor mogelijke beleidsmaatregelen van lenW. Motivaction.