

Aanstekelijke interventies (R=3) voor emissiearm gedrag

Reclame Fossielvrij en de Social Tipping Point Coalitie reageren op de internetconsultatie van het ontwerp beleidsprogramma Klimaat

Inhoudsopgave

- Introductie
- Duurzaam waardensysteem geeft gedragsverandering vleugels
- Uitgangspunten
- Interventies voor grootschalige aanstekelijke gedragsverandering
- Tekstvoorstellen in Ontwerp Beleidsprogramma Klimaat
- Tot slot
- Contact

Introductie - The Critical Decade

Het Ontwerp Beleidsprogramma Klimaat presenteert maatregelen voor de komende 10 jaar. Juist deze 10 jaar zijn cruciaal om onder de 1,5C te blijven. Wetenschappers noemen dit [‘the critical decade’](#)¹. Het definitieve beleidsprogramma moet daarom zo compleet mogelijk zijn en maatregelen bevatten die op zeer korte termijn exponentieel emissies reduceren.

Daarom zijn we dankbaar voor de mogelijkheid om te reageren op het Ontwerp Beleidsprogramma Klimaat.

In dit document stellen we een aantal relatief eenvoudige maatregelen voor waarmee de overheid een nieuw waardensysteem kan stimuleren voor een blijvende en grootschalige duurzame gedragsverandering. In combinatie met de beprijzing die het ministerie voorstelt, zorgt dit voor een snel groeiende groep intrinsiek gemotiveerde burgers wiens duurzame gedrag zich als een virus door de samenleving zal verspreiden. Dit zal direct na invoering van de maatregelen structureel en exponentieel emissies verminderen in alle sectoren van dit Ontwerp Beleidsprogramma. Kortom: wij doen een dringend beroep op het ministerie om interventies met een reproductiegetal van 3 (R=3) in te voeren die leiden tot blijvende stijging van emissiereducties.

In dit document beschrijven we eerst hoe de overheid maximaal kan sturen op emissiearme gedragsverandering en het tegengaan van bovenmatige consumptie van fossiele brandstoffen, zónder het opgeheven vingertje. Vervolgens doen we **- groen gemarkeerd -** concrete tekstvoorstellen in passages in het Ontwerp Beleidsprogramma voor gedragsinterventies met een R=3 die niet mogen ontbreken wil dit beleidsprogramma de Generatietoets doorstaan die het zelf voorstelt. We sluiten af met een oproep aan de

¹ <https://iop.harvard.edu/forum/decisive-decade-climate-action>

overheid om zich - net als het [IPCC](#)² - ook rekenschap te geven van de tegenkrachten in de transitie.

Uitgangspunten

We doen onze tekstvoorstellen in het Ontwerp Beleidsprogramma Klimaat vanuit de volgende uitgangspunten. We gaan er vanuit dat de minister voor Klimaat onze uitgangspunten deelt.

1. Om oncontroleerbare klimaatontwrichting te voorkomen, mag de aarde niet verder opwarmen dan 1,5C. Daarom moeten we een inhaalslag maken.
2. Omdat klimaatontwrichting steeds sneller gaat, steeds sneller ook dan klimaatwetenschappers hadden verwacht hadden, kunnen we de achterstand alleen inhalen als we exponentieel emissies verminderen. Zo snel mogelijk.
3. Emissies vermijden moet volgens het IPCC prioriteit krijgen boven emissies reduceren en compenseren.
4. Een belangrijke manier om emissies te vermijden is grootschalige gedragsverandering, noemt ook het IPCC. Gedrag is besmettelijk en kan exponentieel groeien, cross-sectoraal.
5. Technologie en innovatie zijn op zichzelf niet in staat om emissies exponentieel te reduceren. Veel technologische maatregelen verminderen emissies in kleine beetjes (incrementeel). Of ze zijn pas over 15 à 20 jaar in staat om emissies te reduceren.

Hieruit volgt:

6. De overheid heeft kennis over de grote rol die gedragsverandering te spelen heeft in het beperken van de opwarming tot 1,5C.
7. De overheid heeft de positie, de zorgplicht, de instrumenten en de ervaring (bv tabak, asbest en zeer recent ook [gokken](#)³) om grootschalige gedragsverandering in gang te zetten met beleid.

Duurzaam waardensysteem geeft gedragsverandering vleugels

De minister is zich bewust van de noodzaak van systeemverandering om de klimaatdoelen te bereiken en erkent daarbij de tekortkomingen van de technologie en de potentie van gedragsverandering. Gedrag is aanstekelijk (of besmettelijk) en kan zich [exponentieel](#)⁴ in de samenleving verspreiden. De minister zou de R-waarde van gedragsverandering kunnen verhogen door maatregelen te nemen die het normen- en waardensysteem blijvend verduurzamen.

² https://report.ipcc.ch/ar6wg3/pdf/IPCC_AR6_WGIII_FinalDraft_FullReport.pdf

³ <https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2022/07/08/verbod-op-ongerichte-gokreclames-en-sponsoring>

⁴ <https://www.pnas.org/doi/10.1073/pnas.1900577117>

In het Ontwerp Beleidsprogramma citeert⁵ de minister het IPCC, dat stelt dat incrementele maatregelen niet genoeg zijn voor de benodigde versnelling van de emissiereductie en dat er systeemveranderingen nodig zijn. In het afwegingskader⁶ noemt de minister ook de beperkingen van technologie. De minister zal ook emissies moeten reduceren in de tijd dat technologie in ontwikkeling is, nog niet opschaalbaar of betaalbaar is (CCS) en voordat er een overschot is aan groene energie waardoor waterstof ook écht groen is. Ook het beprijzen van externaliteiten heeft tijd nodig. Die tijd kunt u overbruggen met goedkope en eenvoudige maatregelen die we in het volgende hoofdstuk beschrijven.

Duurzame normen en waarden geven gedragsverandering vleugels

Gedrag wordt door een aantal factoren beïnvloed, bijvoorbeeld door de kosten, de beschikbaarheid en het gemak van het duurzame alternatief. In het Ontwerp Beleidsprogramma zet het ministerie in op beprijzing. Dit is essentieel voor een eerlijke transitie: fossiel moet duurder worden en duurzaam goedkoper. Maar wil het ministerie emissiearm gedrag vleugels geven, dan heeft de minister nog een troef: zorg dat het duurzame gedrag niet alleen betaalbaar is, maar ook ingebed in iemands waardensysteem.

Als mensen intrinsiek gemotiveerd zijn om de schade voor hun kinderen en andere aardbewoners te beperken door gedragsverandering, dan is $1+1=3$. Want als gedrag is ingebed in een duurzaam waardensysteem, verspreidt het zich cross-sectoraal⁷ over meerdere aspecten van het leven. En heeft het invloed op alle sectoren in het Ontwerp Beleidsprogramma. Iemand die uit intrinsieke motivatie een warmtepomp aanlegt, zal ook nadenken over energieverbruik, waterverbruik, vlees- en zuivelconsumptie, plastics, vervoer, vakanties en zal eerder geneigd zijn om een boor te lenen van burens of tweedehands te kopen. Als dit op grote schaal gebeurt, verandert de vraag. Mensen laten zich bovendien beïnvloeden door burens, familie en vrienden, waardoor er een olievlek ontstaat. Dit zal leiden tot een lagere productie in alle sectoren van het Ontwerp Beleidsprogramma.

Een concreet voorbeeld hoe grootschalige gedragsverandering kan bijdragen aan verduurzaming van de industrie: als de vraag naar vliegen en benzineauto's krimpt door een snel verspreidend duurzaam waardenpatroon, is er minder benzine en kerosine nodig. Hierdoor zullen raffinaderijen minder hoeven te produceren; ze zullen afslanken. Een slankere raffinaderij heeft minder energie nodig. De opgave om de industrie te verduurzamen wordt hierdoor een stuk eenvoudiger én goedkoper. Ook de overheid hoeft minder subsidie in de verduurzaming van de industrie te steken. Dit geld kan dan geïnvesteerd worden om duurzaam vervoer goedkoper en aantrekkelijker te maken, bijvoorbeeld treinkaartjes goedkoper maken of een toegankelijke infrastructuur voor deelauto's.

⁵ "Het IPCC geeft aan dat om tijdig tot klimaatneutraliteit te komen, incrementele reducties niet meer genoeg zijn; voor de benodigde versnelling en vergaande reducties zijn systeemtransformaties nodig in alle sectoren." Ontwerp Beleidsprogramma p 14.

⁶ "De transitie is afhankelijk van technologische innovaties maar deze zijn in de beginfase vaak nog relatief duur en kunnen niet voldoende concurreren met fossiele alternatieven, mede doordat de negatieve externaliteiten dus niet volledig worden ingeprijsd." (Afwegingskader bij Ontwerp Beleidsprogramma Klimaat)

⁷ "Demand-side mitigation and new ways of providing services can help avoid, shift, and improve final service demand. Rapid and deep changes in demand make it easier for every sector to reduce GHG emissions in the short and medium term (high confidence)." (IPCC AR6 WGIII p5-3)

Kortom, gedragsverandering heeft een enorme potentie. Dat stellen steeds meer klimaatwetenschappers en gedragswetenschappers vast. En het is ook historisch bewezen. Massale gedragsverandering lag al vaker aan de basis van structurele (systeem)verandering. Bijvoorbeeld bij de strijd voor vrouwenrechten en de strijd tegen tabak. Al die veranderingen waren er niet geweest zonder de doorslaggevende rol van de overheid. Nu - nu het water ons aan de lippen staat om onder de 1,5C te blijven - is de overheid meer dan ooit nodig om gedragsverandering in gang te zetten die is gebaseerd op duurzaam verankerde normen en waarden.

Interventies voor aanstekelijke gedragsverandering

Het IPCC noemt in haar meest recente wetenschappelijke synthesrapport een aantal interventies voor gedragsverandering die nog ontbreken in het Ontwerp Beleidsprogramma en een belangrijke aanvulling kunnen zijn voor de overheid om haar klimaatdoelen te halen. Bijvoorbeeld: klimaateducatie, reclame reguleren en klimaatschadelabels op producten (ook wel: waarschuwingen op verkooppunten) en een stop op fossiele subsidies. Ook staat het IPCC uitgebreid stil bij de voordelen van decentralisatie van het energiesysteem. Dit zijn niet toevallig ook interventies die leiden tot social tipping points, waarover wij samen met een coalitie van 500+ wetenschappers, prominenten, zorgverleners en ngo's het formerende kabinet eerder (vergeefs) hebben geschreven. Die brief met maatregelen leest u [hier](#)⁸. Goed nieuws is dat deze maatregelen ook nog nauwelijks geld kosten en zelfs geld opleveren. Bovendien vergroten ze het draagvlak voor klimaatbeleid.

De overheid heeft al ervaring met interventies die gedrag beïnvloeden

In de strijd tegen [tabak](#)⁹ heeft de overheid meerdere instrumenten ingezet om zowel de aanbodzijde (de producent) als de vraagzijde (de consument) te beïnvloeden. Deze maatregelen tellen en bij elkaar op en zijn stuk voor stuk onmisbaar. Zo'n dichtgetimmerd pakket waarbij de overheid 'met [twee kanten van de schaar knipt](#)'¹⁰ oftewel zowel het aanbod als de vraag beperkt, is ook nodig om klimaatontwrichting te beperken.

Zeer recent heeft het Kabinet besloten om sponsoring en reclame voor gokken in de publieke ruimte te [verbieden](#)¹¹. Met het wetsvoorstel dat nu ter consultatie voorligt wil het Rijk kwetsbare groepen beschermen tegen verslavingsgevaar. Deze beslissing heeft het kabinet snel genomen, namelijk binnen een jaar nadat online gokken in oktober 2021 legaal werd. De overheid erkent dus dat reclame een effect heeft op bovenmatige consumptie.

1. Een verbod op fossiele reclame

Een overheid die serieus is over het uitfasen van fossiele brandstoffen, verbiedt reclames die fossiele brandstoffen en de fossiele industrie promoten.

⁸ <https://socialtippingpointcoalitie.nl/wp-content/uploads/2021/05/Brief-aan-mevrouw-Hamer-bijlage.pdf>

⁹ <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/roken/roken-ontmoedigen>

¹⁰ <https://link.springer.com/article/10.1007/s10584-018-2162-x>

¹¹

<https://www.rijksoverheid.nl/regering/bewindspersonen/franc-weerwind/nieuws/2022/07/08/verbod-op-ongerichte-gokreclames-en-sponsoring>

Reclame reguleren om emissies te beperken¹². Dat is een van de oplossingen die het IPCC in haar laatste wetenschappelijke synthesesrapport aandraagt om via grootschalige gedragsverandering de opwarming van de aarde te beperken tot 1,5C.

Reclame beïnvloedt de transitie op verschillende manieren. Zo noemt het IPCC¹³ dat fossiele bedrijven de transitie eerst probeerden te laten ontsporen met lobby en twijfel zaaien in de media. En dat ze nu met advertenties en branding proberen om de politieke aandacht van zichzelf naar de consument te verschuiven. Het IPCC constateert ook dat de fossiele industrie een grote toegang heeft tot de media via advertenties en het framen van de invalshoek in verslaggeving en zo politieke invloed uitoefenen.¹⁴

Het IPCC schetst hoe reclames inspelen op de statusgevoeligheid van consumenten door een *luxeproduct* te verkopen als een *noodzakelijk* product. Het IPCC noemt daarbij reclames voor CO₂-intensieve SUVs en verre vakanties als voorbeelden van reclames die een vervuilende behoefte creëren, normaliseren en emissies verder opdrijven¹⁵.

Het is bij uitstek de taak van de overheid om reclame te reguleren, zeggen [ook Nederlandse wetenschappers](#)¹⁶ zoals ook [Reint Jan Renes](#)¹⁷. De gevolgen van fossiele reclame zijn immers niet alleen voor die ene consument die zich door een reclame laat verleiden, maar voor ons allemaal. Nu en in de toekomst. De kwetsbaarsten eerst.

De minister erkent het effect van voorlichtingscampagnes om gedrag te beïnvloeden. Fossiele reclame doet hetzelfde en vaak beter vanwege het simpele feit dat bedrijven in de fossiele sector meer geld tot hun beschikking hebben en daardoor vaker, langer en op meer plekken aanwezig kunnen zijn. Fossiele reclame is daardoor het hele jaar door te zien.

Het effect van een tijdelijke voorlichtingcampagne vanuit de overheid zwakt af als mensen gelijktijdig of daarna weer fossiele reclame zien. Ook draagt het bij aan een gevoel van verwarring, inconsistentie en oneerlijkheid: terwijl burgers wordt gevraagd te verduurzamen mogen vervuilende bedrijven nog wel zichzelf promoten. Een combinatie van

¹² "Numerous options exist for such carbon consumption reduction measures, while potentially improving societal well-being, for example: (...) (b) advertising regulation and carbon taxes and fees on high-carbon luxury status goods and services;" (IPCC AR6 WGIII, p. 1-30)

¹³ "A good number of corporate agents have attempted to derail climate change mitigation by targeted lobbying and doubt-inducing media strategies. A number of corporations that are involved in the supply chain of both upstream and downstream of fossil fuel companies, make up the majority of organizations opposed to climate action. Corporate advertisement and brand building strategies also attempt to deflect corporate responsibility to individuals, and/or to appropriate climate care sentiments in their own brand building; climate change mitigation is uniquely framed through choice of products and consumption, avoiding the notion of the political collective action sphere." (IPCC AR 6 WGIII, p. 5-84)

¹⁴ "Fossil fuel industries have unique access to mainstream media via advertisements, shaping narratives of media reports, and exerting political influence" (IPCC AR6 WGIII, p13-33)

¹⁵ Status seeking can work to reduce emissions when 'green products' such as an electric car or photovoltaics on the roof become a sign for high-status. It also can work to increase emissions through visible and high-carbon intensive consumption items such as larger homes, fuel-inefficient SUVs cars, and long-distance vacations, driven by a notion of having 'to keep up with the Joneses'. This can lead to formation of new habits and needs, where products and services become normalized and are quickly perceived as needed, reinforced through social networks and advertisement, making it psychologically easy to convert a luxury item to a perceived necessity. For example, the share of adults who consider a microwave a necessity was about one third in 1996 but had increased to more than two thirds in 2006, but retreated in importance during the recession years 2008-2009. Similar ups and downs have been observed for television sets, air conditioning, dishwasher or the clothes dryer. What is considered a basic need and what is a luxury is subject to change over one's lifetime and in relation to others. This shows that the boundaries of public's luxury-versus-necessity perceptions are malleable. (IPCC AR6 WGIII p 2-67)

¹⁶ <https://www.adformatie.nl/programmatisch/wetenschappers-tonen-aan-dat-reclame-echt-werkt-en-vragen-da>

¹⁷ <https://downtoearthmagazine.nl/uitgesproken-jan-reint-renes/>

voorlichtingscampagnes (die altijd tijdelijk zijn) én een (structureel) verbod op fossiele reclame zou daarom de oplossing hiertegen zijn.

Reclame is bedoeld om op grote schaal gedrag te beïnvloeden. Bedrijven steken veel geld in reclame. Dat zouden ze uit bedrijfseconomisch oogpunt nooit doen als die reclame hen niet meer zou opleveren dan het kost. Reclames voor vliegvluchten en voor fossiele-brandstofauto's leiden tot meer fossielebrandstofgebruik en hogere emissies.

Daarnaast zorgen 'groene' reclames van vervuilende bedrijven (onbewust) voor een positief beeld van een bedrijf of product. Wetenschappelijk bewijs dat het tegendeel kan bewijzen niets aan kan veranderen, als het positieve zaadje eenmaal is geplant, blijkt uit onderzoek van de [Erasmus Universiteit](#)¹⁸. Dit zorgt ervoor dat mensen zich geen onafhankelijke mening kunnen vormen en verward raken over de urgentie, de oorzaak en de eigen mogelijkheden om klimaatontwrichting tegen te gaan.

Effect op emissies

Om een indruk te geven: alle reclame voor vliegvluchten en auto's in een jaar in Europa bij elkaar opgeteld, zorgt voor een [extra uitstoot van 15 grote kolencentrales](#)¹⁹ of de uitstoot van alle personenauto's in Nederland over 6 jaar (122 Mton CO₂eq), blijkt uit onderzoek van het New Weather Institute. Deze emissies hadden vermeden kunnen worden zonder fossiele reclame.

Vliegvluchten doen de uitstoot op korte termijn stijgen. De meeste mensen boeken hun reis een [half jaar tot drie maanden](#)²⁰ van te voren. Als de overheid op korte termijn emissies wil reduceren, is een verbod op vliegvakanties een no-brainer.

2. Fossiele subsidies stoppen en investeren in groene maatregelen

De overheid wil met beprijzing het duurzame gedrag aantrekkelijker maken en het onduurzame gedrag duurder. Een maatregel die nog ontbreekt in het Ontwerp Beleidsprogramma en die hetzelfde effect heeft als beprijzing is een stop op fossiele subsidies (direct en indirect via maatschappelijke kosten). Dat geld kan dan geïnvesteerd worden in duurzame oplossingen om het effect te verhogen. Het afschaffen van fossiele subsidies verhoogt ook de geloofwaardigheid van de overheid en is een serieus signaal aan financiële instellingen dat ze beter niet in fossiel kunnen investeren.

Subsidies aan de fossiele industrie en subsidies op fossiele brandstof geven een schadelijke industrie een ongewenste en oneerlijke voorsprong op de markt. Als deze subsidies worden afgeschaft en als dat bedrag deels geïnvesteerd wordt in de schone oplossingen die al

¹⁸ <https://www.adformatie.nl/programmatische/wetenschappers-tonen-aan-dat-reclame-echt-werkt-en-vragen-da>

¹⁹

<https://www.greenpeace.org/eu-unit/issues/climate-energy/46060/ads-for-cars-and-flights-could-cause-twice-as-much-co2-as-s-pain/>

²⁰ https://www.anvr.nl/nieuwsbestanden/ANVR_Jaarmeting_2019.pdf

bestaan, worden fossiele brandstoffen duurder en klimaatvriendelijke alternatieven goedkoper.

Het IPCC noemt in z'n laatste wetenschappelijke synthesesrapport fossiele subsidies een "discrepancie in het beleid" die enerzijds de geloofwaardigheid van publieke toezeggingen verminderen en anderszins zorgen dat bijvoorbeeld de financiële sector de risico's van investeren in fossiel laag inschatten en daarom in fossiel blijven investeren²¹. Bovendien zorgen fossiele subsidies voor een toename aan emissies, aldus het IPCC²². Het IPCC waarschuwt ook dat er een [fossiele lock-in](#)²³ ontstaat als de overheid fossiele winning blijft steunen met subsidie en belastingvoordelen²⁴.

Nederland heeft zich 19 mei 2021 aangesloten bij de [Friends of fossil fuel subsidy reform](#)²⁵ groep – een club van landen die het stopzetten van fossiele subsidies promoot. We verwachten dat Nederland als nieuw lid van de coalitie snel actie zal nemen om de eigen fossiele subsidies te stoppen.

Effect op emissies

Een stop op fossiele subsidies en als dat geld wordt geherinvesteerd in duurzame oplossingen kan dat een versnelling in technologische ontwikkeling in gang zetten die volgens [klimaatwetenschappers](#)²⁶ de broeikasgassen wereldwijd jaarlijks met 4,4% tot 21% kan verminderen. Het IPCC spreekt in het meest [recente rapport](#)²⁷ over een emissiereductie van 1-10% in 2030²⁸ door het stoppen van fossiele subsidies.

[Oil Change International](#)²⁹ heeft berekend dat als Nederland per direct begint met het afschaffen van fossiele subsidies en vervolgens 20% herinvesteert in energie-efficiëntie, 10% in duurzame energie en 50% in sociale vangnetten, dit al in 2025 de Nederlandse uitstoot met 7,7% omlaag kan brengen. Zo kunnen zowel klimaatontwrichting als sociale ongelijkheid worden bestreden zonder extra kosten, aldus Oil Change International.

²¹ "Political leadership and intervention remains central to addressing uncertainty as a fundamental barrier for a redirection of financial flows. Existing policy misalignments – for example in fossil fuel subsidies – undermine the credibility of public commitments, reduce perceived transition risks and limit financial sector action (high confidence)" (IPCC AR6 WGIII, p. 15-5)

²² "Other policies, such as fossil fuel subsidies may provide incentives to increase emissions and thus limiting the effectiveness of mitigation policies." (IPCC AR6 WGIII, p 13-40)

²³ <https://www.wri.org/insights/carbon-lock-in-definition>

²⁴ "In addition, fossil fuel subsidies and other fiscal support of increased exploitation of oil resources may create carbon lock-ins that further inhibit low-carbon investments" (IPCC AR6 WGIII, p 4-92)

²⁵ <http://fffsr.org/>

²⁶

<https://www.pik-potsdam.de/en/institute/departments/activities/copan/news/paper-social-tipping-dynamics-for-stabilizing-the-earth-system-by-2050>

²⁷ https://report.ipcc.ch/ar6wg3/pdf/IPCC_AR6_WGIII_FinalDraft_FullReport.pdf

²⁸ "Removing fossil fuel subsidies would reduce emissions, improve public revenue and macroeconomic performance, and yield other environmental and sustainable development benefits; subsidy removal may have adverse distributional impacts especially on the most economically vulnerable groups which, in some cases can be mitigated by measures such as re-distributing revenue saved, all of which depend on national circumstances (high confidence); fossil fuel subsidy removal is projected by various studies to reduce global CO₂ emissions by 1-4%, and GHG emissions by up to 10% by 2030, varying across regions (medium confidence)." (IPCC AR6 WGIII, p SPM 60)

²⁹ http://priceofoil.org/content/uploads/2020/07/Past_Time_For_Action_vF.pdf

3. Klimaateducatie

Uit onderzoek blijkt dat gebrek aan kennis over klimaatverandering mensen verhindert om in actie te komen voor het klimaat. Deze overheid zet daarom in op onafhankelijk klimaatonderwijs.

Klimaatonderwijs op scholen is nu vaak incidenteel, afhankelijk van de docent of zelfs afkomstig van de fossiele industrie. Dat vinden ook de leerlingen.³⁰ Het huidige Nederlandse curriculum is achterhaald en niet meer up to date, het is sinds 2007 niet meer veranderd. Klimaat en duurzaamheid verdienen een fundamentele plaats in het curriculum maar ook in de bedrijfsvoering en het gebouw van de school. Dat staat ook in het voorstel voor de Europese Commissie over (levenslang) leren over klimaat en het milieu.³¹

Goed en onafhankelijk klimaatonderwijs kan zowel direct effect hebben op de leerling als op diens gezin en sociale omgeving.³² Bovendien kan een social tipping point ontstaan zodra klimaatbewuste leerlingen de arbeidsmarkt opgaan, ook op beslissende en politieke functies.

Daarnaast is er klimaateducatie nodig voor volwassenen.³³ Bijvoorbeeld door op werkplekken een standaard en onafhankelijke klimaattraining aan te bieden die mensen bewust maakt van oorzaken, gevolgen, urgentie en oplossingen voor klimaatontwrichting.

Effect op emissies

Een [studie](#)³⁴ in Italië wees uit dat door het trainen van 400 leerkrachten over bewustzijn over klimaatontwrichting, 8000 leerlingen werden bereikt. Die namen hun kennis en bewustzijn over het klimaat mee naar huis en dat leidde in twee jaar tijd tot 7-30% minder emissies door aanpassingen thuis.

4. Klimaatschadelabels op producten en verkooppunten

Een overheid die burgers in staat wil stellen om verdere klimaatontwrichting te voorkomen door hun consumentenkeuzes, zet in op klimaatschadelabels op producten en een waarschuwing op verkooppunten.

³⁰ "41% of young people think that climate change, environment and eco-friendly behaviour are not taught sufficiently in schools." <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2224>

³¹ "Like all sectors, education and training must take also action to respond to the climate emergency and planetary crisis – in terms of its own operations and, crucially, how it prepares learners for the future. The European Education Area Communication, the European Green Deal and other key initiatives recognise the crucial role of education and training for the green transition. Learners of all ages need to be able to develop the knowledge, skills and attitudes to live more sustainably, change patterns of consumption and production, embrace healthier lifestyles and contribute – both individually and collectively – to the transformation of our societies."

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52022DC0011&qid=1647944342099>

³² "One of the more direct channels through which transitions spread are climate change education and action-oriented research". (IPCC AR6 WGIII, p. 17-15)

³³ "A related line of inquiry involves education for sustainable development (ESD). This builds on the UNESCO programme, 'ESD for 2030', and involves core values like peace culture, valuing cultural diversity and living global citizenship. One of the core insights from research on ESC is lifelong education continuing outside the classroom, a lifelong learning process that involves sustained actions by all ages and social segments and achieving collaboration. (IPCC AR6 WGIII, p 17-56)"

³⁴ https://webgate.ec.europa.eu/life/publicWebsite/index.cfm?fuseaction=search.dspPage&n_proj_id=3314

Op tankstations en verkooppunten voor vlieguren, cruisereizen en vervoersmiddelen op fossiele brandstoffen komt een opvallende waarschuwing over de schade van fossiele brandstof. Zo wordt iedereen die fossiele brandstoffen gebruikt steeds herinnerd aan hoe schadelijk fossiele brandstof is. De klimaatschadelabels zijn absoluut (dus niet best-in-class). Ook op voedsel en kleding komen klimaatschadelabels. De klimaatschadelabels worden onafhankelijk van de industrie gemaakt. Klimaatlabels kunnen volgens IPCC beslisprocessen helpen en bijdragen aan bewustzijn en kennis.^{35, 36}

Effect op emissies

“De Noorse online supermarkt Oda deed een test met een 'CO2-bonnetje', waarin klanten een 'klimaatoverzicht' krijgen van hun boodschappen. De supermarkt zag na invoering de verkoop van vlees afnemen”, schrijft [RTL Nieuws](#)³⁷.

Tekstvoorstellen in Ontwerp Beleidsprogramma Klimaat

Op basis van het voorgaande doen we in onderstaande teksten uit het Ontwerp Beleidsprogramma concrete tekstvoorstellen voor beleid waarmee de overheid grootschalige gedragsverandering in gang kan zetten.

1.

Tekst uit het Ontwerp Beleidsprogramma Klimaat, pagina 7.

“Het IPCC-rapport van april 2022 concludeert dat gedragsverandering en maatregelen gericht op een duurzamere consumentenvraag de mondiale uitstoot van broeikasgassen met 40% tot 70% omlaag kunnen brengen in 2050 [zie hoofdstuk 2.5]. Bovendien hebben dergelijke maatregelen een positief effect op welzijn in het algemeen. Hoofdstuk 5 van het IPCC-rapport beschrijft uitgebreid welke factoren een rol spelen bij het aannemen van een duurzamere levensstijl en hoe deze kunnen worden bevorderd door middel van gerichte interventies. Een duurzaam en gezond dieet, minder voedselverspilling, minder en anders reizen, efficiënter energieverbruik en de aankoop van duurzamere producten horen allen bij een broeikasarme levensstijl. Veel van de maatregelen uit dit beleidsprogramma zijn er direct of indirect op gericht om consumenten en andere doelgroepen bij die keuzes te ondersteunen, bijvoorbeeld met subsidiëring, beprijzing of normering en **een reclameverbod dat voorkomt dat een broeikasgasintensieve levensstijl wordt gepromoot**. De keuze voor een duurzamere levensstijl hangt echter niet enkel af van rationele beslissingen, maar wordt vaak mede beïnvloed door socio-culturele factoren zoals sociale status, gewoonten of het gedrag van anderen. **Een van die sterk normerende socio-culturele factoren is reclame en marketing. Dat speelt in op verlangens, behoeften en identiteit. Zo promoten fossiele reclames een broeikasgasintensieve levensstijl. Ook komt het steeds vaker voor dat**

³⁵ “Labelling the carbon included in products, for example, could help the decision making process and increase awareness and knowledge.” (IPCC, AR6 WGIII, p. 17-55)

³⁶ Information programs, including energy efficiency labels, energy audits, certification, carbon labelling and information disclosure, are in wide use in particular for energy consumption. They can reduce GHG emissions by promoting voluntary technology choices and behavioural changes by firms and households. Energy efficiency labelling is in widespread use, including for buildings, and for end users products including cars and appliances. Carbon labelling is used for example for food and tourism. (IPCC, AR6 WGIII, p. 13-52)

³⁷ <https://www.rtlnieuws.nl/nieuws/nederland/artikel/5287340/klimaatstempel-boodschappen-supermarkt-lidl-noorwegen>

reclames mensen om de tuin leiden met valse groene beloftes (greenwashing) en valse oplossingen. Deze onwaarheden vertroebelen het klimaatdebat. Rekening houden met deze factoren draagt bij aan effectiever, inclusiever en vooral menselijker beleid. Om die reden zijn de maatregelen uit dit beleidsprogramma apart getoetst bij gedragswetenschappers en praktijkdeskundigen. De uitkomsten van deze toets worden voor de zomer met de Tweede Kamer gedeeld. Sociaalwetenschappelijke kennis moet ook structureel onderdeel worden van de Klimaatraad zoals genoemd in hoofdstuk 6.3.” (p.7)

2.

Tekst uit het Ontwerp Beleidsprogramma Klimaat, pagina 14.

“IPCC geeft aan dat er veel reductiepotentieel ligt bij gedragsopties zoals verandering van de vraag, energiebesparing, andere vervoerskeuzes en dieetaanpassingen (minder dierlijke eiwitten).

De maatregelen in het beleidsprogramma sluiten in het algemeen goed aan bij de door IPCC geïdentificeerde opties, zoals reguleren van reclame, klimaatonderwijs, verwijderen van fossiele subsidies die fossiel gedrag goedkoper houden, klimaatschadelabels, de keuze voor sterke uitbreiding van wind op zee (WOZ) en zon-PV. Andere opties zijn in de Nederlandse context meer of minder relevant. Zo scoort CCS internationaal niet zo (prijs) gunstig, maar onder de Nederlandse omstandigheden wel, en bieden omgekeerd landgerelateerde opties in de Nederlandse context minder potentieel en/of zijn veel duurder.

Het IPCC geeft aan dat om tijdig tot klimaatneutraliteit te komen, incrementele reducties niet meer genoeg zijn; voor de benodigde versnelling en vergaande reducties zijn systeemtransformaties nodig in alle sectoren. De overheid kan deze systeemtransformatie bespoedigen met onder andere een verbod op reclame en marketing voor een broeikasgasintensieve leefstijl of industrie en een verschuiving van fossiele subsidies naar duurzame oplossingen. Dat vergt tegelijkertijd ook goede afstemming tussen sectoren. Dat geldt met name voor het energiesysteem.”

3.

Tekst uit het Ontwerp Beleidsprogramma Klimaat, pagina 14.

“Uiterlijk in 2030 zijn alle nieuwe personenauto's emissieloos. Met een gemiddelde levensduur van 18 jaar van een personenauto, moet de laatste nieuwe personenauto met verbrandingsmotor dus rond 2030 verkocht zijn om dit doel te kunnen bereiken zonder opkoopacties in de toekomst. Om te voorkomen dat personen nu nog een onrendabele aankoop doen, verbiedt Nederland per direct reclames voor auto's met een fossiele brandstofmotor.” (p25)

4.

Tekst uit het Ontwerp Beleidsprogramma Klimaat, pagina 27-28.

“De voorstellen voor verduurzaming uit de Luchtvaartnota worden doorgezet. Dat betekent een inzet op in-sector CO2-reductie die complementair is aan de Europese inzet gericht op netto reductie. In ICAO wordt mede door Nederland gewerkt aan de totstandkoming van een

ambitieuw mondiaal langetermijndoel voor CO2-reductie. **Op korte termijn voert Nederland een verbod op reclames in die vliegreizen promoten. Nederland pleit in internationale samenwerkingsverbanden ervoor dat andere landen deze positie overnemen.** Afspraken op mondiaal niveau worden vertaald naar de Nederlandse situatie en waar nodig volgt aanscherping van de doelen in de Luchtvaartnota.”

Tot slot - barrières beslechten om kansen te creëren

In haar laatste rapport staat de IPCC voor het eerst uitgebreid stil bij het sociaal-maatschappelijke perspectief van klimaatontwrichting en de potentie van cultuurverandering om grote emissiereductie te bereiken. Het IPCC staat in dit rapport ook uitgebreid stil bij de structurele obstructie van klimaatbeleid en lock-ineffecten.

Het IPCC hoopt zo dat overheden nieuwe mogelijkheden aangrijpen om klimaatontwrichting te bestrijden. Dit perspectief helpt volgens het panel ook om barrières te herkennen en te beslechten die verandering in de weg staan. Als voorbeeld noemt het IPCC dat door fossiele subsidies en fossiele infrastructuur het fossiele gedrag nog steeds het aantrekkelijkste is voor de meeste mensen.

We willen de minister voor Klimaat met klem verzoeken om het voorbeeld van het IPCC te volgen en in zijn klimaatplannen ook rekenschap te geven van de obstructie die er is tegen effectief klimaatbeleid vanuit industrieën die een financieel belang hebben bij een zo langzaam mogelijke transitie. De middelen die zij daartoe inzetten zijn lobby, reclame en marketing (ook vaak gericht op kinderen) en zich als partner verbinden met universiteiten, culturele instellingen en ook overheden om afhankelijkheden te creëren. Is zo'n afhankelijkheid eenmaal gecreëerd, dan is het moeilijk om kritisch te zijn op die 'partner'.

Tot slot een hart onder de riem: de overheid zou niet bang moeten zijn voor weglekeffecten van bedrijven die vertrekken. Emissiereducties zijn immers overal nodig en zo snel mogelijk. In plaats daarvan zou de overheid het vertrouwen moeten hebben dat andere landen het voorbeeld van Nederland snel en dankbaar zullen volgen. We zitten allemaal in hetzelfde schuitje. En iedereen weet: als we niet hetzelfde willen eindigen als de Titanic, moeten we nú een flinke zwengel aan het roer geven.

Contact

Wij lichten dit document graag toe in een gesprek.

Namens onze teams, Femke Slegers / femke@socialtippingpointcoalitie.nl

Over de Social Tipping Point Coalitie

De Social Tipping Point coalitie is een groep van +500 professionals, prominenten en organisaties die zich verenigen rond de noodzaak om met overheidsbeleid een social tipping point dichterbij te brengen. www.socialtippingpointcoalitie.nl

Over Reclame Fossielvrij

Reclame Fossielvrij voert campagne voor een wettelijk verbod op fossiele reclame, net als tabaksreclame verboden is. Fossiele reclame promoot vliegen, vervuilende auto's en de fossiele industrie. Daarmee verergert fossiele reclame klimaatontwrichting, luchtvervuiling en stikstofproblemen. Fossiele reclame is daarmee een belangrijk obstakel in de klimaattransitie, preventieve gezondheidszorg en milieubeleid. Amsterdam en vijf andere steden in Nederland besloten om die redenen om fossiele reclame te weren. Samen met onder andere Greenpeace en WWF pleit Reclame Fossielvrij ook in de EU voor een verbod op fossiele reclame. www.reclamefossielvrij.nl / banfossilfuelads.org