

Beste leden van deze gemeenteraad,

Mijn naam is Eric Stam. Ik ben een Rotterdammer, een vader, een docent Nederlands verbonden aan Albeda College. Daarnaast heb ik me de afgelopen jaren veel beziggehouden met misleidende duurzaamheidsclaims in fossiele reclame. Greenwashing van bedrijven zoals KLM, Austrian Airlines, TUI, Shell en MSC Cruises heb ik succesvol aan de kaak gesteld met procedures via o.a. de Reclame Code Commissie.

Maar dit is allemaal niet genoeg. Reden waarom ik graag inspreek bij uw gemeenteraad vandaag.

Graag neem ik u mee naar het New York van de jaren zestig, naar het kantoor van reclamegenie Don Draper uit de tv-serie Mad Men. Tabaksfabrikanten hadden in die tijd een probleem, en dat was dat gezondheidsclaims over hun sigaretten steeds meer onder vuur kwamen te liggen.

Don Draper wist wel raad met die uitdaging. Hij bedacht een campagne die de associatie met kanker volledig negeert. Wat je ook doet, is de boodschap van Draper aan de rokers van Lucky Strike-sigaretten, het is oké, jij bent oké. Lucky Strike. It's toasted.

Het heeft nog heel lang geduurd voordat tabaksreclame werd verboden. Vertragingstactieken genoeg. In Nederland maakte Johan Cruijff in de jaren zeventig nog reclame voor 'gezonde' sigaretten. Pas in de jaren negentig werd Cruijff een anti-rook-activist – hij had inmiddels longkanker. In 2002 werd tabaksreclame in Nederland verboden. Ik ken weinig partijen die pleiten voor het afschaffen ervan.

Laten we ook in deze gemeenteraad elkaars tijd niet verspillen. Sommige partijen willen geen effectief klimaatbeleid. Een verbod op fossiele reclame is noodzakelijk,

maar ligt politiek ook gevoelig. De kans dat nog meer argumenten, wetenschappelijke adviezen of rapporten bepaalde fracties gaan overtuigen, lijkt me klein.

Stapels adviezen en rapporten liggen er inmiddels. Het probleem is niet dat we te weinig kennis hebben, het probleem is dat we er zo weinig mee doen. Een verbod op fossiele reclame is een maatregel waar in de wetenschap brede steun voor bestaat. Natuurlijk, zeggen wetenschappers erbij, het is geen wondermiddel, er is een breder pakket aan maatregelen nodig om duurzaam gedrag tot een geleefde sociale norm te maken, maar een verbod op fossiele reclame is hierbij wel essentieel.

Wat mij verbaasde is de reactie van het College op dit initiatiefvoorstel. Het kwam niet verder dan: we hebben over fossiele reclame niets afgesproken in het Coalitieakkoord, dus we willen het niet.

Maar dit is niet de manier waarop een College hoort om te gaan met een initiatiefvoorstel vanuit de Raad. Er zijn dan echt gefundeerde argumenten nodig.

Bovendien heb ik het Coalitieakkoord ook gelezen. Volgens mij staat het de fracties van bijvoorbeeld D66 Rotterdam en Denk Rotterdam volkomen vrij om over dit voorstel een eigen afweging te maken. Als er in de coalitie te praten viel over het reguleren van gokreclame, zie ik niet in waarom er niet gezocht zou kunnen worden naar een meerderheid met oppositie- en coalitiepartijen als het gaat om het reguleren van fossiele reclame.

Als ik u nog een advies mag geven: laat u niet leiden door angst voor de boze burger of voor neerbuigende reacties van collega-raadsleden.

Ik heb van dichtbij gevolgd hoe de grootste partij van Den Haag, Hart voor Den

Haag van Richard de Mos, een doodordinaire afbraakcampagne voerde tegen het verbod op fossiele reclame. Dit deed De Mos nadat het verbod al door de Haagse gemeenteraad was aangenomen. Tocht startte De Mos een petitie tégen het verbod op fossiele reclame. De Mos zou zelfs een vliegvakantie verloten onder ondertekenaars; Naar Kos met De Mos.

Alle gebruikelijke retoriek kwam voorbij. 'Dit betuttelcollege is knettergek geworden, he-le-maal de weg kwijt', vond De Mos.

Later bleek dat De Mos zich had laten sponsoren door TUI. Het kort geding van de ANVR tegen de gemeente Den Haag ging kansloos verloren. De gemeente Den Haag werd op alle punten in het gelijk gesteld.

Ik ga tot een afronding komen. Laat u niet leiden door angst voor boze kiezers of door flauwe frames. We kunnen fossiele reclame missen als kiespijn. Laat u leiden door alle kennis die over dit onderwerp beschikbaar is. Volg het voorbeeld van steden zoals Den Haag, Leiden, Utrecht en Delft. Dit is een goede tijd voor actie. Geen woorden maar daden!