

**Opinie: ‘Verbied vliegreisreclames in de openbare ruimte’ |  
Het Parool**

# Opinie: ‘Verbied vliegreisreclames in de openbare ruimte’

---

Verbied misleidende en verleidende reclames voor vliegvakanties bij wet, betogen Frans Vollenbroek en Charlotte Braat.

[Het Parool](#) 16 februari 2023, 16:02

In de eerste maanden van het jaar, als het nog koud en druilerig is in Nederland, worden de bushokjes, tramhaltes en treinperrons steevast beplakt met zonnige reisreclames. Zo zien we vroegboekorting van TUI, zonbestemmingen van Corendon en vliegrecames van Turkish Airlines in onze openbare ruimte. Wij, Grootouders voor het Klimaat en Fossilvrij Nederland, willen hier met een zaak bij de Reclame Code Commissie (RCC) tegen de advertenties van Corendon verandering in brengen.

De reisorganisatie Corendon biedt met de slogan ‘naar de zon met Corendon’ verleidelijke bestemmingen aan zonder dat informatie wordt gegeven over de negatieve gevolgen voor het klimaat. Sterker nog: op de website beweerde Corendon tot voor kort dat zij ervoor ‘zorgen dat onze vakantiebestemmingen net zo mooi blijven als ze nu zijn, en we een leefbare wereld houden. Zodat volgende generaties ook hun

horizon kunnen verbreden'. Deze claim hebben wij aangevochten bij de RCC.

Nadat de RCC Corendon op de hoogte had gesteld van de klacht heeft de reisorganisatie de tekst op de website afgezwakt. Nu staat er: 'We doen wat we kunnen om vakanties zo duurzaam mogelijk te maken, maar écht duurzame vliegvakanties bestaan (nog) niet helaas. Toch gaan wij voor maximale positieve en minimale negatieve impact.'

## Uitstoot

De negatieve impact van klimaatverandering is echter enorm, vooral voor mensen in het globale Zuiden die amper aan de uitstoot hebben bijgedragen. Wereldwijd is er nog maar een zeer beperkt CO<sub>2</sub>-budget om onder de 1,5 graad opwarming te blijven, zoals is afgesproken in Parijs.

Met de huidige wereldwijde uitstoot hebben we nog minder dan zeven jaar tot dit budget op is. En let wel: bij dit budget gaat het VN-klimaatpanel IPCC uit van een kans van 50 procent dat we het doel bereiken. Alsof we met z'n allen in een vliegtuig stappen dat maar 50 procent kans heeft om veilig te landen.

Niet gek dus, dat vliegreisreclames steeds meer onder druk staan. Vorige maand besloot de Autoriteit Consument & Markt (ACM) dat luchtvaartmaatschappij Ryanair misleidende reclame maakte. Ook met CO<sub>2</sub>-compensatie blijft vliegen een sterk vervuilende en niet-duurzame manier van vervoer, stelt de ACM.

KLM werd vorig jaar door de RCC op een vergelijkbare manier op de vingers getikt. KLM betoogde tijdens de zitting nog dat consumenten wel zouden begrijpen dat het niet echt om CO<sub>2</sub>-neutraal reizen ging, maar daar ging de RCC niet in mee. Enkele maanden later werd KLM voor de rechter gesleept om de CO<sub>2</sub>-claims en de 'Fly Responsibly'-

campagnes.

## Openbare ruimte

Maar moeten we, gezien de ernst van de klimaatcrisis, überhaupt wel willen dat vliegreisreclames in onze openbare ruimte hangen? Daar ging de Corendonzaak van 9 februari over: voor het eerst ging een aangenomen zaak bij de RCC over de gevolgen van vliegreisreclames aan sich, en niet slechts over één misleidende claim of frase.

Mogelijk brengt de zaak een golf aan vergelijkbare op gang. Het zou echter nog beter zijn als dit soort misleidende en verleidende reclames bij wet verboden wordt. De tabaksindustrie heeft zich jaren schuldig gemaakt aan dit soort praktijken en dat is uiteindelijk verboden. Klimaatverandering vormt nog een veel grotere bedreiging voor de mensheid. Een algeheel verbod op reclame voor fossiele brandstof is daarom gewenst.

**Frans Vollenbroek (Grootouders voor het Klimaat) en Charlotte Braat (Reclame Fossielvrij)**

## Nog even dit...

Nieuwe tijden vragen om een gids waar je op kunt vertrouwen en die je energie geeft. Het Parool biedt een onafhankelijk journalistiek geluid vanuit de hoofdstad, de plek waar Nederland en de wereld in elkaar schuiven. Een Amsterdamse krant met een verbindende rol in de stad. Of het nu over de coronacrisis gaat of de woningmarkt, de kwaliteit van eten of Ajax. Het Parool schrijft erover, met verstand van zaken en zonder enige terughoudendheid. Kritisch, helder en open van geest.

U leest Het Parool al voor maar 1,50 per week.