



9 mei 2025

92 Vleesreclames in de Ban: Een logische stap of ultieme betutteling? (Deel 2)

Meer info en luisteren op:

<https://studioplantaardig.nl/Podcast/92-vleesreclames-in-de-ban-een-logische-stap-of-ultieme-betutteling-deel-2/>

00:00:09 Esther Molenwijk

Verbeter de wereld met vork en mes. Mijn naam is Esther Molenwijk en dit is Studio Plantaardig. Steeds meer gemeenten vragen zich af of ze in hun stad wel reclame willen maken voor producten die niet goed voor mens, dier of milieu zijn, voor producten die dwars tegen hun eigen milieudoelstellingen ingaan, maar hoe pak je een reclameverbod aan en mag dat zomaar? Vandaag deel twee van het tweeluik over een verbod op vleesreclames. In het eerste deel hoorde je hoe reclames ons brein beïnvloeden.

00:00:45 Martin de Munnik

Ons brein kan niet liegen, hè, dat zijn dat zijn processen die gebeuren in fracties van seconden. Je neemt een beslissing in één zeventigste van seconden, hè, dus voordat je erover na hebt kunnen denken, bewust, is er al een emotie ontstaan.

00:00:59 Esther Molenwijk

In de 'vox pop' hoorden we hoe mensen op straat zich maar weinig bewust zijn van die beïnvloeding.

00:01:06 Tessa Stevens

Laat u zich wel eens beïnvloeden door reclame?

00:01:10 Publiek op straat

Nee.

00:01:10 Tessa Stevens

U staat er boven?

00:01:12 Publiek op straat

Ja, ik kijk toch meestal wel echt wel van wat ik zelf wil en zoek dat ook op.

00:01:18 Tessa Stevens

Oh, best bijzonder, want er worden miljarden uitgegeven in de reclameindustrie?.

00:01:23 Publiek op straat

Ja, maar aan mij gaat dat voorbij, ja.

00:01:27 Esther Molenwijk

En gemeenteraadslid Ziggy Klazes vertelde hoe Haarlem, als eerste stad in Nederland, heeft besloten reclames voor fossiele producten en vlees en vis uit de stad te weren.

00:01:38 Ziggy Klazes

Juridisch, we hebben natuurlijk wel 2-3 jaar erover gedaan om dat allemaal uit te zoeken. Kan dit eigenlijk wel? En het kan, ja, en als het bij ons kan, dan kan het overal.

00:01:48 Esther Molenwijk

In dit tweede deel kijken we naar ontwikkelingen in andere steden. Welke gemeenten volgen al het Haarlems voorbeeld? Is er ook weerstand. En hoe ziet die eruit? Maar we beginnen bij waar ik jullie aan het eind van de vorige aflevering heb achtergelaten, de gemeente Den Haag. Deze stad verbiedt sinds 1 januari reclames in de openbare ruimte voor vliegvlagen, cruiseschepen en auto's met fossiele of hybride motor. Nog niet voor vlees, maar toch is het aardig om hier even bij stil te staan, want deze casus kan veel betekenen voor een toekomstig vleesreclameverbod. Namelijk: Reisbranche organisatie ANVR en reisorganisatie TUI spanden een kort geding aan tegen de gemeente Den Haag. De directeur van TUI is zeer verbolgen over het reclameverbod.

00:02:37 Directeur Tui

Dit soort maatregelen, dat is best wel triest, want uiteindelijk.. we willen allemaal verduurzamen en wees dan onderdeel van de oplossing in plaats dat je ons tegenwerkt.

00:02:47 Esther Molenwijk

In de vorige aflevering hoorde je al jurist Tjarda van der Vijver van Advocates for the Future. Hij vertegenwoordigde in deze rechtszaak de stichting Reclame Fossielvrij die zich als derde belanghebbende aan de kant van de gemeente gevoegd heeft. Hij komt nog een keer bij me langs om te vertellen hoe de rechtszaak verliep.

00:03:07 Tjarda van der Vijver

Ja, het was best een circus, kunnen we wel zeggen. We kwamen aanlopen en op de gang, en dat zie je niet heel vaak bij een zitting en zeker niet bij een zitting in kort geding, stonden, denk ik, 60-70 mensen, stonden daar te wachten en dat waren allerlei mensen van de verschillende partijen, natuurlijk ook van TUI en ANVR, een heel blik advocaten dat ze hadden opengetrokken, andere geïnteresseerden. Het was zelfs zo'n grote en bonte bedoeling dat er een tweede zaal moest worden geopend waar de mensen daar met een videoverbinding de zitting kunnen volgen. Nou, volgens mij komt het niet vaak voor bij een kort geding dat dat het geval is,



studio PLANTAARDIG

media-aandacht. <Hierna volgt een fragment>

00:09:08 Presentator

This week, a judge upheld a ban on ads for high polluting industries and this taking place in The Hague, in The Netherlands. And so, this law first came into effect in January. It was rather unsurprisingly challenged by the travel industry, arguing that it goes against their right to free speech and entrepreneurship and that the city was essentially overstepping its authority, but the court disagreed and said that this actually could improve the general health of the public and that if it is a decision between protecting the travel industry and protecting public health, that they are going to side with the public health.

00:09:45 Esther Molenwijk

Dit soort weerstand van bedrijven is te verwachten, zo zegt Marthe Hesselmanns van de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid.

00:09:53 Marthe Hesselmanns

Kijk, wat we niet moeten onderschatten, is dat, overal in het bedrijfsleven zitten bedrijven met hele grote gevestigde belangen. Die hebben geïnvesteerd in wat wij nu eigenlijk zien wat schadelijk is. Of het nou die intensieve veehouderij is of het is de fossiele energie. Die bedrijven, daar zitten 'stranded assets'. Zij hebben er dus belang bij dat die industrie, die activiteiten, niet zomaar verdwijnen. Dat betekent dat zij de verandering die we eigenlijk nodig hebben in de samenleving, die zullen ze op z'n best vertragen en op z'n slechtst proberen tegen te houden. Het is niet zo dat bedrijven en die CEOs allemaal door en door slecht zijn, nee, dat is vanuit hun bedrijfsbelang. Het is aan ons, aan de overheid, aan consumenten, om de omgeving van die bedrijven zo te veranderen, of het nou via wetgeving is of via ons eigen consumentengedrag of via beprijzen en via normen, dat het voor die bedrijven minder aantrekkelijk is om dat te doen. En waar wij mee uit moeten kijken, is dat, als je dus als overheid dit soort initiatieven naar buiten gaat brengen, dan zul je dus altijd weerstand krijgen van bedrijven met die 'stranded assets'. We moeten daar heel bewust van zijn. Natuurlijk moet je gesprekken aangaan met bedrijven, he, want je wilt het inderdaad. Alles wat je verandert, wil je op zo'n manier doen dat zij ook kunnen investeren en kunnen vernieuwen. Daarom is het zo belangrijk dat je die regel-uidelijkheid geeft, maar laat je het niet gek maken door hun weerstand en wapen je daar ook tegen als gemeente door zelf je expertise op te bouwen en je daarvoor niet afhankelijk te maken van de lobby.

00:11:38 Esther Molenwijk

Wapen je tegen de lobby van bedrijven. Ik leg er een narratief voor dat de reclamebranche graag gebruikt: 'Ja, wij vinden duurzaamheid ook heel belangrijk en

daarom kunnen reclames helpen om mensen te verleiden tot gezond gedrag.'

00:11:55 Marthe Hesselmanns

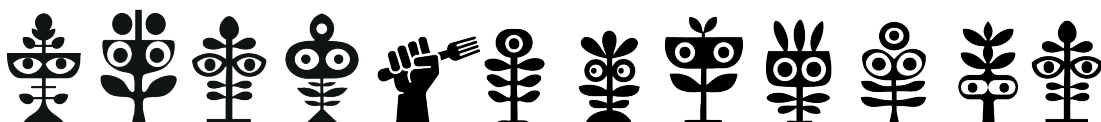
Ja oh, dat is altijd een hele bekende, ja, ja. Wij zijn daar wel wat wat kritischer op. Het verleiden moet je doen, maar als je niet tegelijkertijd ook het af en toe gewoon echt niet meer mogelijk maakt, dan blijft de verleiding heel groot, dus dat zie je ook. Er zijn bijvoorbeeld, aan de ene kant hebben we campagnes dat gokken niet goed is voor je en dat je moet kijken met schulden, maar tegelijkertijd, nou, hebben we de sluisen opengezet voor gokreclames en online. En ja, nou, wat zie je dan gebeuren? Ja, die campagnes hebben dan eigenlijk vrij weinig effect, omdat er zoveel mogelijk is.

00:12:34 Esther Molenwijk

Natuurlijk heb ik ook de COV voor een interview gevraagd, de Centrale Organisatie voor de Vleessector, maar ondanks herhaaldelijk verzoek wilden ze ons helaas niet te woord staan voor deze podcast. Wel sturen ze ons het volgende statement: 'Vlees is rijk aan essentiële voedingsstoffen en past prima in een gezond en gevarieerd eet- en leefpatroon. Het staat dan ook in de schijf van 5 van het Voedingscentrum. Een reclameverbod past daar niet bij.' Ja ergens hebben ze natuurlijk een punt: Af en toe een stuk vlees is niet direct ongezond. Is een vleesreclameverbod dan wel te verantwoorden? Ik vraag het aan jurist Tjarda van der Vijver.

00:13:20 Tjarda van der Vijver

Ja, dus ik denk dat van belang is om te kijken naar: Wat is nou de consumptie binnen de maatschappij en leidt dat tot een probleem? Dus de Gezondheidsraad en het Voedingscentrum, die constateren dat er op dit moment veel te veel vlees wordt gegeten. Onze eiwitconsumptie bestaat nu uit 42% plantaardige eiwitten en de rijksoverheid heeft gezegd dat moeten we naar 50% halen. Nou, dat lijkt heel weinig van 42 naar 50%, maar in de afgelopen 15 jaar zijn we van 40% naar 42% gegaan, we zijn 2 procentpunt opgeschoven in de afgelopen 15 jaar. Er moet nog 8 procentpunt bij om de doelstellingen voor 2030 te halen. Als je kijkt naar wat de Gezondheidsraad zegt, de Gezondheidsraad zegt 'Nou, eigenlijk zou het niet eens 50% plantaardig moeten zijn, maar 60%'. Dus, het is evident dat we als maatschappij de consumptie van dierlijke eiwitten naar beneden moeten halen, als we die volksgezondheid serieus nemen. Nou, nu terug naar jouw vraag over 'ja, maar wacht even, niet elk stukje vlees is ongezond'. Ja, daar gaat het helemaal niet om 'that is beside the point'. Het punt is dat we overconsumptie hebben en toelaten dat er reclame wordt gemaakt voor nog meer consumptie. Tweede punt daarbij is dat ook de vleesindustrie zal erkennen, als je het ze vraagt, voor wat voor soort vlees wordt nu eigenlijk reclame gemaakt? En juist het soort vlees waar we bijzonder voorzichtig mee moeten zijn, rood vlees,



studio PLANTAARDIG

maximum van 300 gram per week, wat het Voedingscentrum adviseert, daar zit we als maatschappij ver boven. En bewerkt vlees, dat staat überhaupt niet in de schijf van 5. Dus, als de vleesindustrie zegt 'ja, maar we moeten wel reclames voor bewerkt vlees accepteren, want ja, er zit ook eiwit in', dan zou ik ze aanraden om nog een keertje de schijf van 5 te lezen en zelf te kunnen constateren dat hamburgers, frikadellen, kipnuggets en noem het maar op, die staan daar niet in.

00:15:37 Esther Molenwijk

Ondertussen heeft dierenorganisatie Wakker Dier andere steden opgeroepen om het voorbeeld van Haarlem te volgen en ook met vleesreclames te stoppen, met de ludieke campagne 'Volg route Haarlem'. Mijn collega Mara Ruiter ging op onderzoek Uit: Welke gemeenten zijn hier al mee bezig? En dat was nog niet zo makkelijk.

00:15:57 Mara Ruiter

Nee, dat klopt, nee, het is nog best complex. Er zijn heel veel gemeenten die er eigenlijk wel mee bezig zijn, maar die zijn ook wel een beetje allemaal aan het stoeien met hoe ze dit gaan vormgeven, hoe ze dit gaan invoeren. Er zijn moties ingediend die uiteindelijk afgeketst zijn, maar ook moties die aangenomen waren en waarbij de gemeente uiteindelijk toch heeft besloten om het toch helemaal te gaan stoppen.

00:16:19 Esther Molenwijk

Oh, ja, en heeft dat ook te maken misschien met dan toch een beetje angst voor rechtszaken of.?

00:16:25 Mara Ruiter

Ja, precies. Wel een hele leuk is Bloemendaal. Die zijn, naast Haarlem, de gemeente waar echt een verbod is op vlees, vliegkreizen en fossiele brandstof, dus daar kom je het echt niet meer tegen op straat. In Nijmegen en Utrecht, daar zijn ook al moties voor een verbod aangenomen, maar die contracten die lopen nog flink door.

00:16:44 Esther Molenwijk

Want die hebben dus besloten om dat via die route te doen van de contracten met uitbaters?

00:16:48 Mara Ruiter

Klopt, die doen het via de contracten, maar dat duurt nog even. Die contracten lopen nog wel flink door, dus het gaat nog even duren voordat we het daar inderdaad geen vleesreclame meer op straat zien. Dat geldt ook voor Groningen trouwens. Daar is de motie ook aangenomen, maar ook daar duurt het nog even voordat de nieuw contracten ingaan. Er zijn wel al een aantal lichtmasten, waar nieuwe contracten op zitten.

00:17:13 Esther Molenwijk

Met dus die afspraken dat fossiele- en vleesreclames

niet meer mogen?

00:17:17 Mara Ruiter

Precies, ja, dus dat gaan we daar niet meer zien. En leuke is ook om te noemen, Deventer. In deze stad was er begin dit jaar een burgerberaad, en daarin stemde maar liefst 84 van de 100 ingelote inwoners voor een reclameverbod voor vliegkreizen, zuivel en vlees.

00:17:34 Esther Molenwijk

Ah, ook zuivel, oke.

00:17:36 Mara Ruiter

Ja, en het college heeft toegezegd om dit advies van het burgerberaad te onderzoeken, dus wordt vervolgd, denk ik. Verder is ook in Tilburg een motie aangenomen, maar daar zitten ze echt nog in de onderzoeksfase over hoe ze dit verbod precies willen gaan vormgeven en willen gaan invoeren. Dus daar wordt momenteel een plan van aanpak voor ontwikkeld en dat geldt ook voor Amsterdam. Daar is best wel wat gedoe momenteel nog in de gemeenteraad. Zij waren in 2020 de eerste in Nederland waar de motie aangenomen werd om fossiele reclame te weren. En vorig jaar deden de Partij voor de Dieren en GroenLinks daar een initiatiefnota bij om dit uit te breiden naar dierlijke producten. Dus dan gaat het niet alleen over reclames voor hamburgers bijvoorbeeld, maar ook voor snoepjes met gelatine erin.

00:18:21 Esther Molenwijk

Oh ja, dat gaat best wel ver meteen, helemaal voor dierlijke producten. En dat is natuurlijk ook nog moeilijker te handhaven. Want in welk snoepje zit gelatine?

00:18:28 Mara Ruiter

Ja precies dus, nou ja goed, dit krijgt dus best wel wat weerstand in de gemeenteraad.

00:18:34 Esther Molenwijk

Ja, terwijl de hoofdstad vaak als progressief of als links wordt gezien, loopt een reclameverbod hier nogal stroef. Ik laat jullie een stukje van de recente raadsvergadering horen. Jenneke van Pijpen van GroenLinks opende met een pleidooi voor het voorstel. <Hierna volgt een fragment>

00:18:49 Jenneke van Pijpen (GroenLinks Amsterdam) Amsterdam was de eerste stad ter wereld die via een motie, van mijn oud-collega Jasper Groen, heeft uitgesproken om reclame van fossiele producten die verantwoordelijk zijn voor de klimaatcrisis te weren. Het heeft een kettingreactie ingezet wereldwijd, van steden die hun openbare ruimte vrij proberen te maken van reclame van producten en diensten die bijdragen aan de klimaatcrisis. Maar ondertussen blijven we in Amsterdam deze reclame zien. Alleen in de metro hebben we nu een beperkte afspraak. Het is tijd voor een volgende stap



studio PLANTAARDIG

het is, maar dat je dan een heel rustig beeld krijgt. En ik denk zelfs dat er dan meer verkocht en omgezet en gehandeld wordt doordat het er dan anders uitziet dan wanneer je wordt bestookt door prikkels en reclame.

00:32:33 Esther Molenwijk

Kort gezegd zou dat gaan om die reclameborden die winkeliers voor hun deur zetten. Ze benadrukt dat het niet om een verbod zou gaan, maar om afspraken met ondernemers. Een stad zonder reclame in de openbare ruimte. Het zou een primeur zijn in Nederland, maar wereldwijd is het dat niet. In 2006 voerde Sao Paulo, in Brazilië, de clean city law in, waarbij vrijwel alle vormen van buitenreclame werden verboden om visuele vervuiling tegen te gaan. Ruim 15.000 billboards werden verwijderd en ook reclame op voertuigen en gebouwen werd verboden. In 2014 besloot de Franse stad Grenoble als eerste Europese stad om commerciële buitenreclame uit het straatbeeld te verwijderen. Het hield in dat 326 reclameborden werden verwijderd en vervangen door zo'n 50 bomen en door gemeenschapsinformatie. Hier hoor je burgemeester van de stad Eric Piolle.

00:33:32 Eric Piolle (Burgemeester Grenoble)

A Grenoble nous avons en 2014 arrêté le contra publicitaire qui nous lié a une grande societe.

00:33:42 Esther Molenwijk

<Vertaling Franse tekst> Hij benadrukt dat steden niet langer moeten worden gezien als een aanjager van consumptiegedrag. Met een reclameverbod wil hij oproepen tot een beter leven.

00:33:53 Eric Piolle (Burgemeester Grenoble)

Et sain partiens a plan Imaginair s'a partener ou un imaginair de grandmére qui promene a leurs petits enfants a partener imaginair des antikapitaliste...

00:34:05 Esther Molenwijk

<Vertaling Franse tekst> Dit project kwam voort uit verschillende visies, die van de grootmoeder die met haar kleinkinderen een wandeling maakt, de visie van de antikapitalist, de visie van de milieubewuste burger die liever bomen dan reclamezuilen ziet, en ook die van de kleine ondernemer voor wie dit soort reclame simpelweg onbereikbaar is.

00:34:26 Martin de Munnik

Dit seizoen politiek.

00:34:27 Esther Molenwijk

<Vertaling Franse tekst> En zo kwamen alle visies samen in dit beleid. Het lijkt me een efficiënte oplossing. Je krijgt niet te maken met ingewikkelde discussies over welk product wel of niet schadelijk is, of over de vrijheid van meningsuiting, maaar natuurlijk kleeft er wel een prijskaartje aan, want welke inkomsten loopt

de gemeente hiermee mis? Dat heeft wethouder Maud Hulshof natuurlijk exact uitgezocht.

00:34:55 Maud Hulshof (wethouder Wageningen)

De reclame-inkomsten op dit moment, die wij krijgen van het bedrijf dat het exploiteert, zijn ongeveer €15.000 per jaar, maar daarvoor doen ze ook nog het onderhoud en het vervangen van de bushokjes en we hebben in overleg met hen gekeken wat dat zou kosten. Dat gaat om een bedrag van €30.000, dus alles bij elkaar is de verschuiving van de kosten van dat bureau naar de gemeente Wageningen, dus per saldo kost het dan €45.000, op jaarbasis.

00:35:23 Esther Molenwijk

Op een stad van 42.000 inwoners betekent het dat Wageningen voor minder dan €1 per inwoner per jaar reclamevrij is. Ik vroeg Mara Ruiter om een inventarisatie bij nog een aantal Nederlandse steden te doen.

00:35:39 Mara Ruiter

Nou, dat was ook best een lastige zoektocht eigenlijk. Er ligt heel veel geheimhouding op de cijfers bij veel gemeentes, dus dat was dat maakt het heel erg moeilijk. En daarbij liep het ook best wel uiteen die inkomsten, omdat uitbaters in sommige steden meer betalen voor advertenties dan in andere.

00:35:57 Esther Molenwijk

Oh ja, dus ik kan me voorstellen, in een grote stad als Amsterdam, daar lopen veel meer mensen langs zo'n billboard, dus dan betaalt een uitbater per saldo wat meer?

00:36:06 Mara Ruiter

Klopt, precies, en daarbij was het ook nog zo dat in de ene stad driehoeksborden wel worden meegerekend bij de inkomsten en bij de andere stad niet, dus dat was een beetje ingewikkeld, dus een beetje appels met peren vergelijken. Maar goed, ik heb toch wel van een aantal steden de inkomsten kunnen vinden, dus het is wel leuk om daar even naar te kijken.

00:36:24 Esther Molenwijk

Vertel.

00:36:26 Mara Ruiter

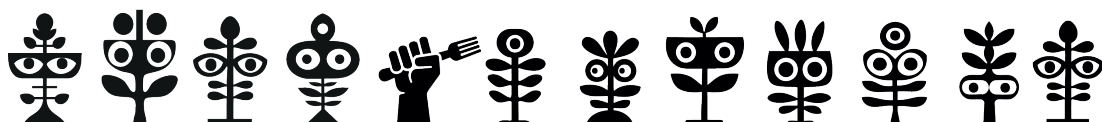
In Tilburg zou het gaan om een bedrag van ongeveer 1 miljoen euro aan inkomsten uit buitenreclame, dus dat komt neer op ongeveer, nou ja zeg, ruim €4 per inwoner.

00:36:36 Esther Molenwijk

Ja.

00:36:37 Mara Ruiter

Dan, als we bijvoorbeeld ook kijken naar Zwolle, daar



studio PLANTAARDIG

halen ze zo'n 9 ton per jaar op en dan kom ik uit op zo'n €7 per inwoner.

00:36:44 Esther Molenwijk
Oke, een stukje hoger nog.

00:36:46 Mara Ruiter
Ja klopt, nou, en dan heb ik natuurlijk ook nog even gekeken naar Amsterdam. Het exacte cijfer heb ik niet, maar het gaat om ongeveer 15 miljoen euro aan het verhuren van buitenreclame.

00:36:56 Esther Molenwijk
15 miljoen euro? Jeetje.

00:36:57 Mara Ruiter
15 miljoen euro, ja, dus dan komt het neer op zo'n, ja, €16 per Amsterdammer per jaar.

00:37:05 Esther Molenwijk
Oh, jeetje, oh ja, dat maakt echt wel een flink verschil met die € 1 in Wageningen.

00:37:09 Mara Ruiter
Ja, dus, nou ja, samenvattend zou je kunnen zeggen dat voor een bedrag van tussen de €1 en de €16 je stad reclamevrij is.

00:37:16 Esther Molenwijk
Laat ik nog even benadrukken dat het verbannen van alleen bepaalde ongezonde of onduurzame reclames een stad helemaal niks hoeft te kosten. De kosten die Mara noemt gelden alleen voor een volledig reclamevrije stad. Zal Wageningen daarmee de Nederlandse primeur hebben? De Raad zal in juli over het voorstel stemmen, maar de wethouder is positief.

00:37:40 Maud Hulshof (wethouder Wageningen)
Ja, ik heb goede hoop, jazeker. Ik denk ook dat het ook mooi is, hè, dat wanneer zoiets bedacht wordt, een gezonde voedselomgeving bij de universiteit, dat het ook een kans verdient om te kijken of het nu daadwerkelijk werkt, dus dat is ook, denk ik, gelijk weer heel erg leuk. Juist ook de kennis en expertise die daar is, willen we ook inzetten om te zien of dit ook effect heeft.

00:38:00 Esther Molenwijk
En dan, beste luisteraar, moeten we het nog hebben over het ultieme argument tegen een reclameverbod, je hebt het al een paar keer voorbij horen komen: Het is betuttelend. Ook jurist Tjarda van der Vijver kent het argument.

00:38:16 Tjarda van der Vijver
En ik zou zeggen, als je geen betutteling wil hebben, dan is het beperken van reclames eigenlijk juist een heel goed iets. Reclames zorgen ervoor dat jij gaat consu-

meren op een manier die je anders niet zou hebben gedaan. Dat is het hele wezen van reclame. Reclame beïnvloedt wat jij doet. Dus, er is een miljardenindustrie die is gecreëerd rondom het jou dingen laten doen die je anders niet zou hebben gedaan. Dat is betuttelend, zou ik zeggen.

00:38:48 Esther Molenwijk
Ja, dat is eigenlijk de omgekeerde wereld van hoe het nu ervaren wordt, hè? Dat hebben mensen niet door.

00:38:54 Tjarda van der Vijver
Mensen hebben dat niet door en het interessante is: Uit onderzoek blijkt dat mensen prima doorhebben dat reclame keuzes beïnvloed, want waarom zouden er anders honderden miljarden omgaan in de reclame? Natuurlijk beïnvloedt het keuzes. Maar uit onderzoek blijkt keer op keer dat mensen denken 'ja, dat zijn de keuzes van andere mensen die worden beïnvloed. Mijn keuzes worden niet beïnvloed. Ik sta er boven'. En iedereen zegt dat, veel mensen zeggen dat. En, dus, dan kom je misschien eerder bij de betutteling. Want je denkt 'ja, maar reclame heeft op mij geen invloed', nou, stel je dan maar eens de vraag waarom allerlei sociale media jouw gegevens doorverkopen, daar is een reden voor. En de reden daarvoor is dat jouw gegevens waarde hebben, om reclames op jou te kunnen richten, zodat jij je consumptie gaat aanpassen. Niemand is immuun voor reclame.

00:40:00 Esther Molenwijk
Niemand is immuun voor reclame. Volgens Marthe Hesselmans van de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid geeft reclame ons niet keuzevrijheid, maar neemt het die juist weg.

00:40:13 Marthe Hesselmans
In die zin, ik vind ook zoiets als keuzevrijheid, hè, waar iedereen altijd heel erg op hamert, dat bestaat eigenlijk helemaal niet, want we worden eigenlijk door de manier waarop de markt, ja, eigenlijk constant ons voedt met allerlei, heel veel, opties, voor lekker goedkoop, of voor heel veel fossiele energie gebruiken, of, nou ja, voor heel veel dingen eten die niet goed zijn voor ons, ja, daar worden we ook mee doodgegooid. Dat kan je als het ware ook een vorm van betutteling noemen.

00:40:41 Esther Molenwijk
Ah, zegt eigenlijk 'er is all helemaal geen keuzevrijheid'.

00:40:44 Marthe Hesselmans
Nee, dat is er helemaal niet. Constant worden we zo ontzettend, ja, worden we geleefd en beïnvloed, van heb ik jou daar. En het is niet zo dat we zeggen van 'oh, daar ben ik wel tegen bestand', want dat werkt ook op een manier die we zelf niet doorhebben.



studio

PLANTAARDIG

nemen om zelfs alle reclame uit de openbare ruimte te weren. Je kunt dat zien als een vorm van betutteling, maar misschien ook wel als ultieme bevrijding. Dat was hem, dankjewel voor het luisteren. Marlon van der Pas deed de mixage en Mara Ruiter deed de research. Ze maakte ook een uitgebreid overzicht van alle gemeenten die op dit moment bezig zijn met de reclameverbod. Kijk daarvoor op onze website. Ik bedank daarnaast iedereen die ik mocht spreken voor deze aflevering. En tot slot, beste luisteraars wegens succes hebben wij hem verlengd: De unieke kans om deel uit te maken van de revolutie. Heb jij je karma punten al gepakt? Vele luisteraars gingen je voor. Word donateur van Studio Plantaardig, blijf niet achter, doe mee en gun jezelf deze morele superboost. Doe het voor jezelf, doe het voor de wereld, omdat goed doen goed voelt. Oh, en voordat je weer verder gaat met je dag, vul je de enquête nog even in, wel doen, hè? Ga naar studioplantaardig.nl/enquête, dank je.



VOLG STUDIO PLANTAARDIG OP JOUW FAVORIETE PODCAST PLAYER

