



Onterecht pronken met duurzaamheid? De consument is er klaar mee

Trouw

5 oktober 2024 zaterdag

Copyright 2024 DPG Media B.V. All Rights Reserved



Section: Economie; Blz. 22, 23

Length: 929 words

Byline: MAARTEN VAN GESTEL

Highlight: Greenwashing • Consumenten storen zich mateloos aan misleidende groene claims van bedrijven. Het aantal klachten en zaken bij de Reclame Code Commissie is in tien jaar tijd rap gestegen.

Body

Cruiseschepen die op 'de schoonste brandstof' naar 'de toekomst varen'. Energiebedrijven die ons 'in één generatie fossielvrij' maken. Restaurantketens waar je met een gerust hart 'klimaatneutraal' kunt eten. Als je reclames zou geloven, help je de klimaatcrisis oplossen door de juiste producten te kopen. Maar al die duurzaamheidsclaims roepen ergernis op bij consumenten en milieugroepen, omdat ze vaak misleidend zijn.

Zeven keer meer dan tien jaar geleden leidden klachten over greenwashing tot zaken bij de Reclame Code Commissie. Boog de reclame-waakhond zich in 2014 nog 6 keer over een misleidende groene claims, in 2019 was dat al 26 keer en in 2023 oordeelde de instantie 43 over vermeende groene misleiding.

Dit blijkt uit cijfers die Trouw opvroeg bij de commissie van de reclamebranche. Die oordelen vallen vaak kritisch uit en doorgaans passen bedrijven hun reclames aan. Ze doen dat vrijwillig, de commissie heeft geen sancties en kan geen boetes opleggen.

"10 procent van al onze zaken gaan nu over duurzaamheid", zegt Otto van der Harst. Hij is directeur van de Stichting Code Reclame. Die werd zestig jaar geleden opgericht om misleiding door adverteerders aan banden te leggen, met de Reclame Code Commissie als klachtenloket. "De wet zegt niet duidelijk waar verleiding eindigt en misleiding begint, dus daar kijken wij naar", zegt Van der Harst. "In vakantieclames mag het water in het zwembad best wat blauwer worden gekleurd, iedereen weet dat de werkelijkheid anders is. Maar als je vijftig palmbomen toont en er staat er niet één, dan is dat misleiding."

Onterecht pronken met duurzaamheid? De consument is er klaar mee

Sinds 1991 toetst de RCC ook regels over milieu-misleiding, maar pas in de afgelopen tien jaar explodeerde het aantal klachten over greenwashing. "Alle bedrijven zijn nu met duurzaamheid bezig en ze willen daarover vertellen", zegt Van der Harst. Hoe meer reclames over een onderwerp, hoe vaker misleiding voorkomt, ziet hij, en hoe meer klachten er binnenstromen.

Vorig jaar werden de regels over duurzaamheidsclaims flink aangescherpt. "Bedrijven kunnen nu niet zomaar meer zeggen dat een auto 'groen' is." Ze moeten zeggen wat er groen aan is, bijvoorbeeld dat-ie 100 procent elektrisch is. "Ook zeggen 'de ambitie' te hebben in 2050 klimaatneutraal te zijn kan niet meer." Dat mag alleen nog als bedrijven kunnen aantonen dat ze er toereikende plannen voor hebben - wat vaak niet het geval blijkt.

Van alle klachten over duurzaamheid die de RCC behandelt, is de laatste jaren zo'n driekwart gegrond. Naast boze televisiekijkers hebben milieugroepen de RCC ontdekt: een zaak daar is makkelijker en goedkoper dan bij een rechtbank. Van der Harst ziet dat ngo's steeds 'professioneler' worden met hun klachten - ze weten precies hoe de reclamecode in elkaar zit en wanneer adverterende bedrijven over de schreef gaan.

Aangezien de reclames vaak alweer voorbij zijn ten tijde van de uitspraak, zit de impact 'm vooral in de reputatieschade voor bedrijven. Zo wisten milieclubs deze week veel media-aandacht te genereren voor hun winst tegen een cruisebedrijf. Naast Trouw schreven NRC, de Volkskrant, NOS, Nu.nl, Bloomberg, RTL Nieuws en Reuters over de groene misleiding van MSC Cruises, dat claimde 'de oceaan te redden'.

Schamen adverterende bedrijven als Shell, KLM en TUI zich voor al die klachten? Henriëtte van Swinderen, directeur van de Bond van Adverteerders, zegt van niet. "Het is voor bedrijven nog zoeken hoe ze de nieuwe regels moeten interpreteren", zegt ze. "Dat wordt vaak pas na een uitspraak van de commissie duidelijk."

Van Swinderen vindt dat activisten in hun recht staan als ze klagen tegen bedrijven als MSC Cruises. "We staan achter het systeem van een laagdrempelig loket voor klachten, zo hoeven bedrijven niet jarenlang op een rechter te wachten." Wel spreekt ze van 'oneigenlijk gebruik' van het klachtenloket als het ngo's puur om negatieve media-aandacht voor bedrijven te doen is.

Of het aantal klachten over greenwashing blijft groeien, is niet te zeggen. Advocaat en promovendus Sjoerd Lopik (De Roos & Universiteit Leiden) ziet de groei in klachten als onderdeel van de grotere 'storm' aan juridische aandacht voor duurzaamheid wereldwijd, zoals in klimaatrechtszaken. "Die toename aan zaken wordt gedreven door steeds strengere regels over duurzaamheidsclaims, onder meer uit de EU." Een blijvende stijging van het aantal klachten zou hem daarom niet verbazen.

Van der Harst benadrukt dat bedrijven 'echt wel leren' van de klachten en uitspraken van de RCC. "De richtlijnen zijn scherper geworden, bedrijven moeten daar nog aan wennen." Nederlandse bedrijven als Shell en KLM, die al vaak met kritische RCC-uitspraken te maken kregen, beseffen anno 2024 dat ze niet meer zomaar alles kunnen roepen, zegt de directeur. Het ziet ernaar uit dat er dit jaar weer een kleine daling is in het aantal klachten en uitspraken - met 23 uitspraken in 2024 tot nu toe. Dat kan het gevolg zijn van die 'gewenning', zegt Van der Harst.

En, voegt hij toe, bedrijven snappen dat de RCC-uitspraken vaak 'een opstapje' zijn naar een hardere aanpak van de Autoriteit Consument en Markt, die wel kan handhaven. De ACM dwong onder meer H&M, Decathlon, **Vattenfall** en Greenchoice al om hun groene beloftes bij te schaven. Voor straf moesten ze ook geld doneren aan goede doelen. **Vattenfall** trok de veelvuldig verspreide leus 'Fossielvrij leven binnen één generatie' inmiddels in.

De richtlijnen zijn nu scherper, bedrijven moeten daar nog aan wennen

'Zeggen 'de ambitie' te hebben om in 2050 klimaatneutraal te zijn kan niet meer'

Graphic

Energieleverancier **Vattenfall** heeft de leus 'Fossielvrij leven binnen één generatie' inmiddels ingetrokken. Foto Peter Hilz, ANP

Load-Date: October 4, 2024

End of Document