



Persoonlijke uitnodiging:

12 juni, 18.00-20.00, Amsterdam Business School, Amsterdam, Plantage Muidergracht 12, Zaal M4.02.

Debat: Een reclamevrije wereld: briljant idee of grote vergissing?

Tabaksreclames zijn verboden, reclames voor gokken worden aan banden gelegd. Een verbod op reclames voor fossiele bedrijven is al op diverse plekken in Nederland van kracht. Haarlem weert reclames voor vlees eten, *The Guardian* staat fossiele advertenties niet langer toe, en in Grenoble zijn alle vormen van reclame uit het straatbeeld verdwenen.

Kunnen we nog zonder reclame?

Deze trend roept allerlei vragen op. Hebben reclames überhaupt effect? Eerst roken, straks vliegen, waar trekken we de grens? Is *alle* reclame in feite niet een vorm van manipulatie? Zou de wereld mooier zijn als er überhaupt geen reclame was? *Kunnen* we überhaupt nog zonder reclame?

Hoog tijd voor een debat! Aan de hand van 5 stellingen laten economen, filosofen, psychologen, marketeers en beleidsmakers op **12 juni 2023** hun licht schijnen op deze en andere prangende vragen. Het doel is om tot een nieuwe, concrete visie op de wenselijkheid van reclame in de publieke ruimte te komen. We hopen dat u deelt kunt nemen aan het debat! Er wordt (plantaardig) eten geserveerd.

Sprekers

Paul Terheyne (economoom & filosoof, auteur van het boek [Genoeg van Reclame](#)), Maarten Gijsenberg (hoogleraar Marketingdynamieken RuG), Femke Slegers ([Social Tipping Point Coalitie](#)) Edith Smit (hoogleraar Communicatie UvA), Willemijn van Dolen (hoogleraar Marketing UvA), Reint-Jan Renes (lector Psychologie HvA), [Gustaaf Haan](#) (filosoof en directeur van denktank Questionmark), Bibianne Roetert (Marketing Manager NL bij Tony's Chocolonely) en Manfred Aben (Site leader bij Unilever Foods Innovation Center) zijn al bevestigd als sprekers.

Center for Responsible Consumption

Het nieuwe *Amsterdam Center for Responsible Consumption* (ACRC) heeft als doel om het maatschappelijke debat rondom verantwoordelijke consumptie te voorzien van wetenschappelijke kennis over consumentengedrag. Dit debat in kleine kring is ons eerste wapenfeit.
