

Module 5

VERGROENING VAN UW PRODUCT OF DIENST



- 01 Waarom groen?
- 02 Vergroening van uw producten
- 03 Waarom een duurzame productlevenscyclus?
- 04 Focus op duurzame verpakking
- 05 Vergroening van uw diensten
- 06 Marketing van uw groene producten en diensten

Module 5 Overzicht

Duurzaamheid is verschoven van een externe overweging naar een kernbedrijfsmodel en een middel om producten en diensten te innoveren.

In deze module gaan we ook dieper in op de betrokkenheid bij de circulaire economie en hoe u uw dagelijkse praktijken kunt vergroenen. Deze module gaat ook in op het belang van verantwoorde communicatie.

Sectie 1
**Waarom moet
je groen?**

Wat houdt vergroening van uw product of dienst in?



Om een product of dienst te 'vergroenen', moet u verder kijken dan uw eigen MKB.

Soms wordt het grootste deel van de milieueffecten van de levenscyclus van uw product/dienst stroomopwaarts of stroomafwaarts van uw eigen activiteiten geproduceerd. Daarom moet u de levenscyclus van producten beoordelen.

Uw aanpak/benadering van de vergroening van uw product of dienst hangt ook af van de vraag of u net een bedrijf begint of al een tijdje actief bent en uw bedrijf groener wilt maken. In deze module leert u enkele toptips die u kunnen helpen uw aanbod groener te maken, ongeacht de fase van uw bedrijf.

Hoe vergroening uw bedrijfsresultaat kan verbeteren:



Marktaandeel

U kunt uw marktaandeel vergroten door een nieuw groen klantenbestand te ontsluiten



Lagere kosten

Meer efficiëntie en minder afval leiden tot betere winstmarges



Andere voordelen

Ook andere voordelen, zoals een hoger werknemersmoreel en een beter imago van het bedrijf in de gemeenschap, kunnen de winstgevendheid verhogen (meer hierover in module 3).

Spotlight op groene consumenten in Europa

Het zal u misschien (of misschien niet) verbazen dat Europese consumenten voorop lopen wat betreft groene adoptie, terwijl Australische en Amerikaanse consumenten het minst groen zijn.

In zijn recente onderzoeksrapport heeft [Forrester](#) een aantal interessante inzichten gevonden in de groene consumenten van Europa.





Generatie Z (geboren in de late jaren 1990 en vroege jaren 2000) is **niet de enige groene generatie.**

Millennials ook bekend als of Generatie Y (geboren van 1980 tot begin 1990) zijn iets groener dan Generatie Z.

Dit komt vooral omdat de jongere generatie niet over de koopkracht beschikt om regelmatig milieuvriendelijke producten te kopen.

[Source](#)



Ook oudere generaties vinden dat het MKB een tandje bij moet zetten.

Het zou dus een vergissing zijn om de milieuverwachtingen van oudere generaties over het hoofd te zien.

Er is geen standaardaanpak voor groene consumenten, want hun gedrag, houding en verwachtingen veranderen snel.

[The New Green Consumer \(forrester.com\)](https://www.forrester.com)



Volgens Forrester is er een grote variatie mbt vergroening onder Europeanen.

- Duitse en Zweedse consumenten zijn minder groen dan gedacht.
- Italiaanse en Spaanse consumenten zijn de meest milieuvriendelijke consumenten.

[The New Green Consumer \(forrester.com\)](https://www.forrester.com)

SLEUTELACTIE



LEER UW POTENTIËLE GROENE CONSUMENTEN KENNEN

Als u aan het begin van uw bedrijfsreis staat, is het opstellen van een klantenprofiel een belangrijke stap. Neem de tijd om te onderzoeken wie uw groene klanten zouden kunnen zijn. Vraag uzelf af wat hun beweegredenen of behoeften zijn vanuit een groen perspectief. Beter nog, vraag het hen rechtstreeks als u kunt in bijvoorbeeld een klantenfocusgroep. Een klantenfocusgroep zou nuttig zijn in welk stadium van uw bedrijf u zich ook bevindt.

SECTIE 02
Vergroening van
uw producten

Waarom zoveel aandacht voor groene producten?

In de afgelopen 50 jaar heeft de mens meer hulpbronnen verbruikt dan in de hele vorige geschiedenis. Dit en andere eco feiten zoals

- 9 van de 10 mensen wereldwijd ademen vervuilde lucht in,
- 500 miljard tot 1 triljoen plastic zakken belanden elk jaar wereldwijd op stortplaatsen, en
- Een plastic zak kan tot 1000 jaar nodig hebben om te ontbinden, enz.

...heeft grote aandacht van de eindconsument getrokken voor groene producten en de voordelen ervan.

Maar waar liggen de marktkansen voor groene producten en diensten?

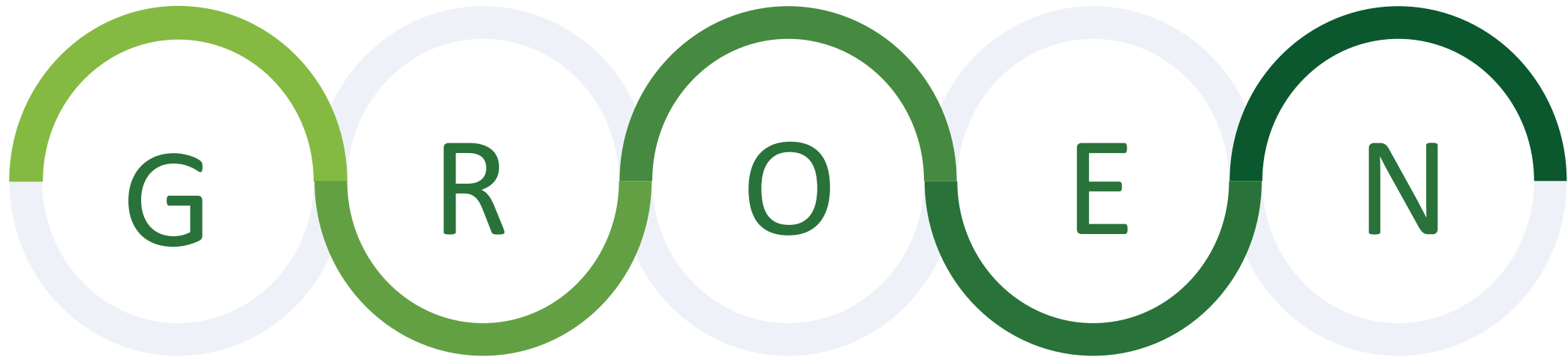
Wat is een groen product?

In zijn eenvoudigste vorm is een groen product (of dienst) een duurzaam product dat is ontworpen om de milieueffecten ervan gedurende zijn hele levenscyclus en zelfs nadat het niet meer wordt gebruikt, tot een minimum te beperken. Ze worden doorgaans vervaardigd met behulp van gifvrije ingrediënten en milieuvriendelijke procedures en ze kunnen worden gecertificeerd door erkende organisaties.



Source

Enkele voordelen van het vergroenen van uw producten



Rendabele producten - groene producten gaan vaak langer mee dan conventionele producten omdat ze vaak hernieuwbaar zijn

Weinig onderhoud: Als ze op verantwoorde wijze worden gebruikt en goed worden onderhouden, kunnen groene producten lage onderhoudskosten hebben.

Verbetert de gezondheid: producten die vrij zijn van schadelijke chemicaliën kunnen de lichamelijke en geestelijke gezondheid verbeteren.

Voorkomt overmatig gebruik van hulpbronnen: Groene producten verminderen de dreiging van overmatig gebruik van hulpbronnen en fossiele brandstoffen

Beschermt het milieu: Groene producten zijn gemaakt van organische en biologisch afbreekbare materialen en voorkomen dus vervuiling.

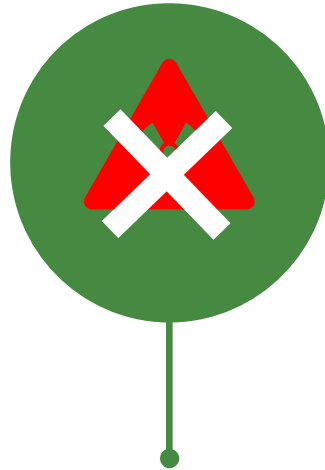
Groene producten kunnen op vijf manieren worden gekarakteriseerd...



Die energie of water besparen



Die bijdragen tot een veilig en gezond milieu door de verspreiding van verontreinigende stoffen te beperken of tegen te houden



Die bepaalde chemische emissies vermijden.



Die natuurlijke hulpbronnen sparen en/of de benodigde materialen verminderen



Die gemaakt zijn met hergebruikt materiaal of afval.

Waar liggen de marktkansen voor groene producten en diensten?

Bron: Aangepast aan dit rapport waarin de marktkansen van een duurzame transitie worden verkend.

[Verkennen voor meer informatie](#)

Voedsel en landbouw	Steden	Energie en materialen	Gezondheid en welzijn
Vermindering van voedselverspilling in waardeketen	Betaalbare huisvesting	kringloop modellen - auto	Risicoverdeling
Ecosystemen van het bos	Energie-efficiënte gebouwen	Uitbreiding van hernieuwbare energiebronnen	Patiëntenbewaking op afstand
Voedselmarkten voor lage inkomens	Elektrische en hybride voertuigen	herbruikbare-apparaten	Consult op afstand
Vermindering van de voedselverspilling bij de consument afval	Openbaar vervoer in stedelijke gebieden	herbruikbare modellen - elektronica	Geavanceerde toepassingen van genetica
Herformulering van het product	Auto delen	Energie-efficiëntie	Activiteiten
Technologie in grootschalige boerderijen	Cultureel toerisme	Energieopslagsystemen	Betere gezondheid van moeder en kind gezondheid
Dieetschakelaar	Autonome voertuigen	Terugwinning van hulpbronnen	Opleiding gezondheidszorg
Duurzame aquacultuur	Brandstofefficiëntie van ICE-treinen	Eindgebruik staafefficiëntie	Gewichtsbeheersing programma's
Technologie in kleinschalige boerderijen	Bouwen aan veerkrachtige steden	Netinterconnectie	Beter ziekte beheer
Micro-irrigatie	Slimme meters	CO2afvang en opslag	Elektronische medische dossiers
Herstel van aangetast land	Kantoor delen	Toegang tot energie	
Vermindering van verpakkingsafval	Duurzame en modulaire gebouwen	Groene chemicaliën	
Stedelijke landbouw		Additieve productie	
		Shared infrastructuur	

De **meest duurzame manier** is om geen dingen te maken. De tweede meest duurzame manier is om **iets heel nuttigs te maken**, om een probleem op te lossen dat nog niet is opgelost....

Case studie: Duurzame bedrijven in beeld - Maak kennis met GreenIT

GreenIT is een premium aanbieder van Refurbished Laptops, Computers, Tablets en meer van zakelijke kwaliteit. Al hun refurbished apparatuur komt van bedrijven en als zodanig van een standaard die aanzienlijk hoger is dan normale consumentenapparatuur. Ze kopen topmerken zoals HP, Dell en Lenovo in om ervoor te zorgen dat hun klanten alleen IT-apparatuur van het hoogste niveau ontvangen.

Wij houden van hun motto - "Technologie die niets kost" www.greenit.ie



SECTIE 03 Waarom een duurzame productlevenscyclus?

Duurzame producten en duurzame levenscycli

U herinnert zich uit module 3 het verschil tussen groen, duurzaam en milieuvriendelijk. Een andere definitie van een duurzaam product is deze:

"Een duurzaam product biedt gedurende de gehele levenscyclus milieu-, sociale en economische voordelen."

Hier staan de woorden "levenscyclus" centraal. Als u een duurzamer bedrijf wilt worden, moet u ernaar streven elke stap van de levenscyclus van het product te verbeteren.

Laten we eens kijken naar enkele belangrijke stadia in de levenscyclus van een product en hoe duurzaamheid een rol kan/moet spelen

U kunt duurzaamheid opnemen in alle 7 stappen van de productlevenscyclus

FASE 1



ONTWERP



CONCEPT

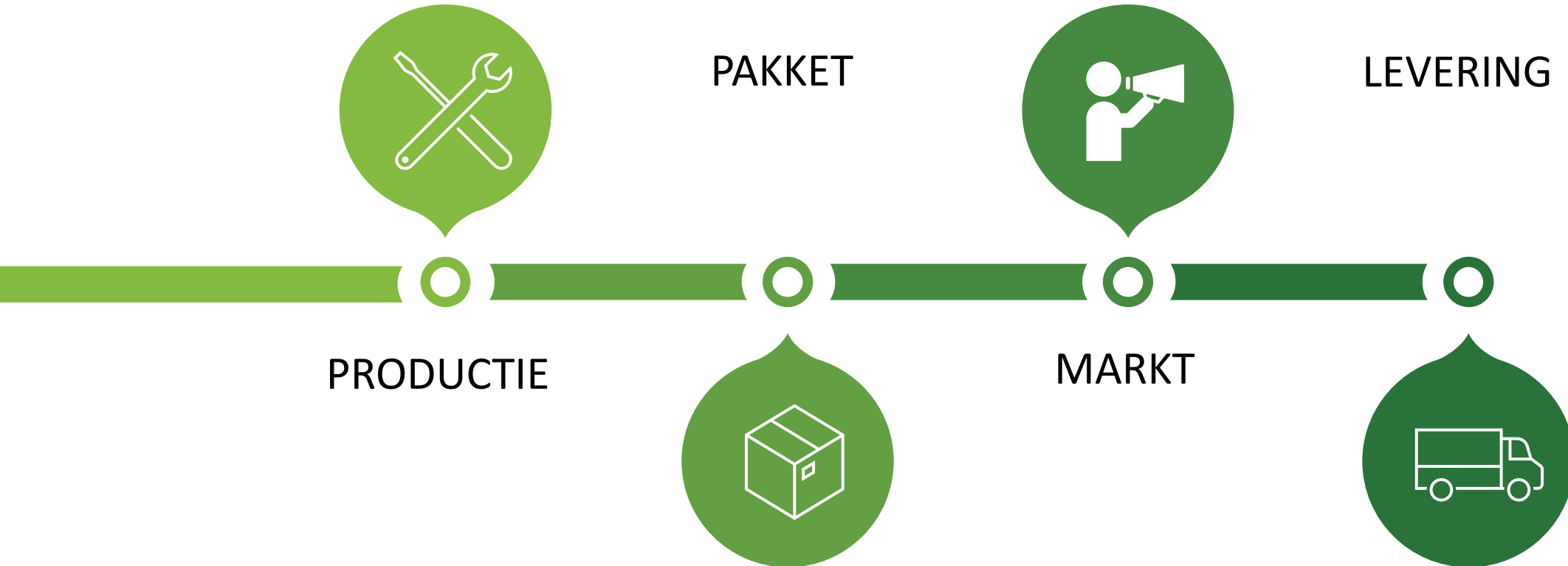
PROTOTYPE



FASE 2

U kunt duurzaamheid opnemen in alle 7 stappen van de productlevenscyclus

FASE 2



Laten we eens kijken naar enkele dingen die je in deze fasen kunt overwegen...

PRODUCTONTWERPFASE

DINGEN OM TE OVERWEGEN



01

Kun je ontwerpen voor recycling?

Vaak wordt gezegd dat 80% van het milieueffect van een product al in de ontwerpfase wordt bepaald.

De eerste stap in de levenscyclus van het product omvat O&O, concept ontwikkeling en productontwerp. Hier neemt u beslissingen zoals materiaalkeuze, assemblage en uiterlijk.

Deze beslissingen zijn zeer belangrijk voor de mate waarin uw product het milieu zal belasten.

DINGEN OM TE OVERWEGEN



PRODUCTONTWERPFASE

Bron

02

Kunt u duurzame materialen kopen?

Welke materialen u in uw product gebruikt, bepaalt de koolstofvoetafdruk van uw MKB. Het winnen van grondstoffen vergt zowel energie als transport.

Bovendien zijn de natuurlijke hulpbronnen beperkt, wat betekent dat ze niet eeuwig kunnen worden gewonnen, waardoor het een niet-duurzame aanpak is die u daarom moet proberen om alternatieven te overwegen.

Het gebruik van gerecycled aluminium bespaart bijvoorbeeld 95% energie in vergelijking met de productie van aluminium uit nieuw erts.

DINGEN OM TE OVERWEGEN

03

Laten we eens kijken naar uw duurzame productieprocessen



PRODUCTIEFASE

Als het gaat om de fabriek waar het product wordt vervaardigd, zijn er verschillende maatregelen waarmee rekening moet worden gehouden.

Allereerst moeten de arbeidsomstandigheden in overeenstemming zijn met de voorschriften en wetten. Wat de milieu-impact van het fabricageproces betreft, moet u controleren en pleiten voor een vermindering van industrieel afval en ervoor zorgen dat het afval van de fabricage van uw product recyclebaar is.

DINGEN OM TE OVERWEGEN



Nuttige bron [McKinsey Report Sustainability in packaging: Wereldwijde ontwikkeling van regelgeving in 30 landen](#)

04

Heeft u nagedacht over duurzame verpakkingen?

De druk op het bedrijfsleven om de hoeveelheid verpakkingsafval te verminderen is door het wereldwijde consumentenvertrouwen dramatisch toegenomen.

Het beheer van verpakkingsafval is wereldwijd onderworpen aan het grootste aantal regelgevende maatregelen (91 in totaal). Bovendien is de regelgeving steeds meer gericht op meer specifieke verpakkingsgebieden, zoals plastic verpakkingen, drankverpakkingen en primaire versus secundaire verpakkingen.

DINGEN OM TE OVERWEGEN



PRODUCTDISTRIBUTIEFASE

Bron

05

Probeer te kiezen voor CO2-arme logistiek

Wanneer het product is geproduceerd, wordt het vaak vervoerd naar de klanten of naar een winkel. Met de juiste maatregelen kunt u de milieueffecten van het product of de dienst verminderen.

Door bijvoorbeeld het aantal transporten te verminderen, hybride/elektrische vrachtwagens te gebruiken, samen met andere producenten te vervoeren en efficiënte transportverpakkingen te gebruiken, vermindert u de totale uitstoot van broeikasgassen.

UITVOEREN VAN EEN LEVENSCYCLUSANALYSE

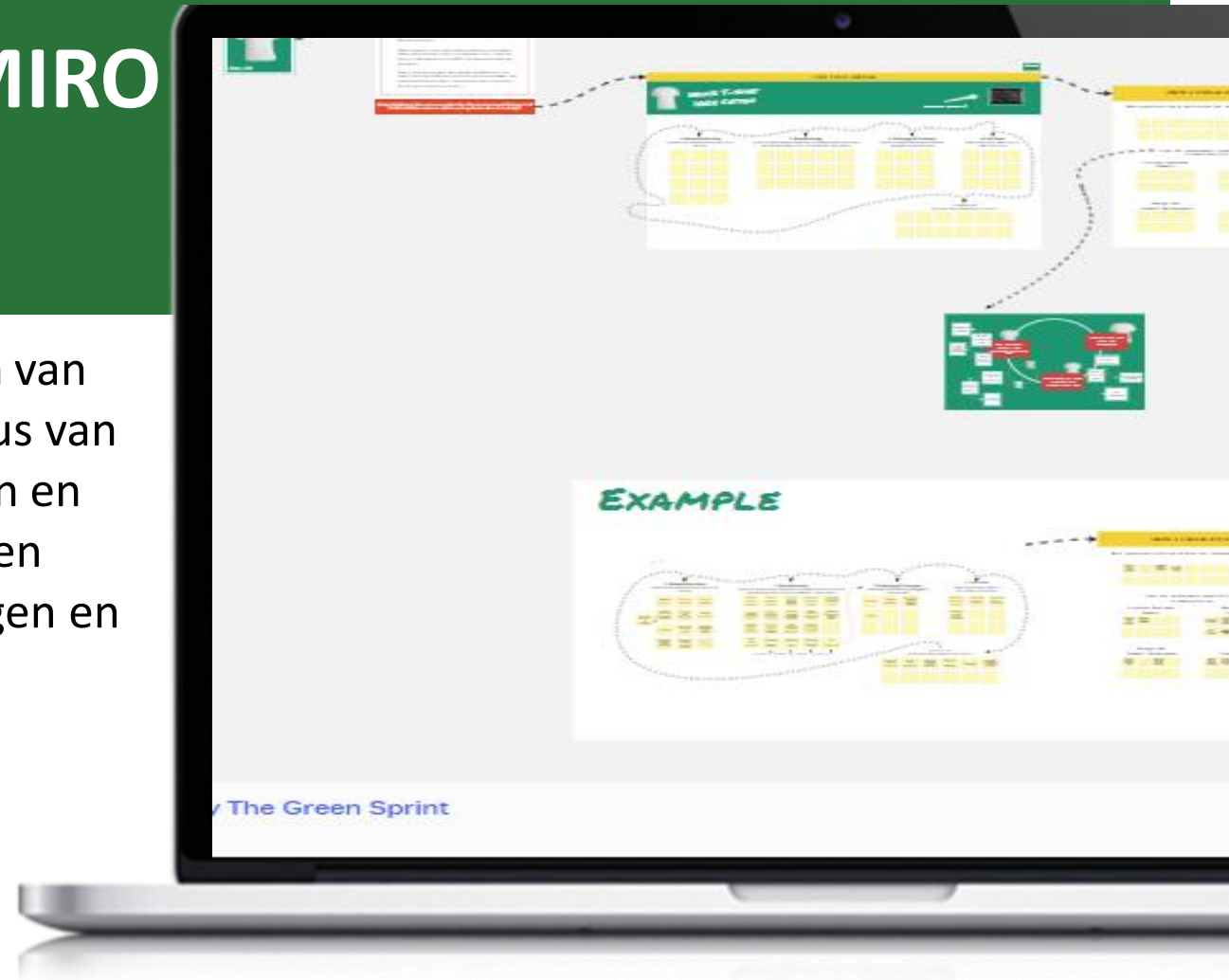
Door het aantal factoren dat meespeelt, kan dit een zeer complexe beoordeling zijn. Er moeten veel vragen worden gesteld:

- Om welke grondstoffen gaat het?
- Waar komen ze vandaan?
- Hoe zijn de goederen geproduceerd? Hoe zijn ze vervoerd?
- Hoe ziet de levenscyclus van het product eruit?
- Heeft het product een lange levensduur of is het een 'take-make-waste' product?

Het goede nieuws is dat er een aantal nuttige hulpmiddelen en sjablonen zijn om u/uw team te helpen dit te verwerken.

KORTE ACTIVITEIT - LEVENSCYCLUSANALYSE OP MIRO

Dit programma biedt een uitgebreide workshopsjabloon van 60 minuten om teams te helpen de volledige levenscyclus van een van hun producten te doorlopen. Het biedt inzichten en afstemming over alle stappen van de levenscyclus van een product en helpt teams om een duidelijker beeld te krijgen en te zien wat hun kansen voor circulaire en duurzame ontwikkeling zijn.



KLIK OP DE LINK OM TE BEGINNEN

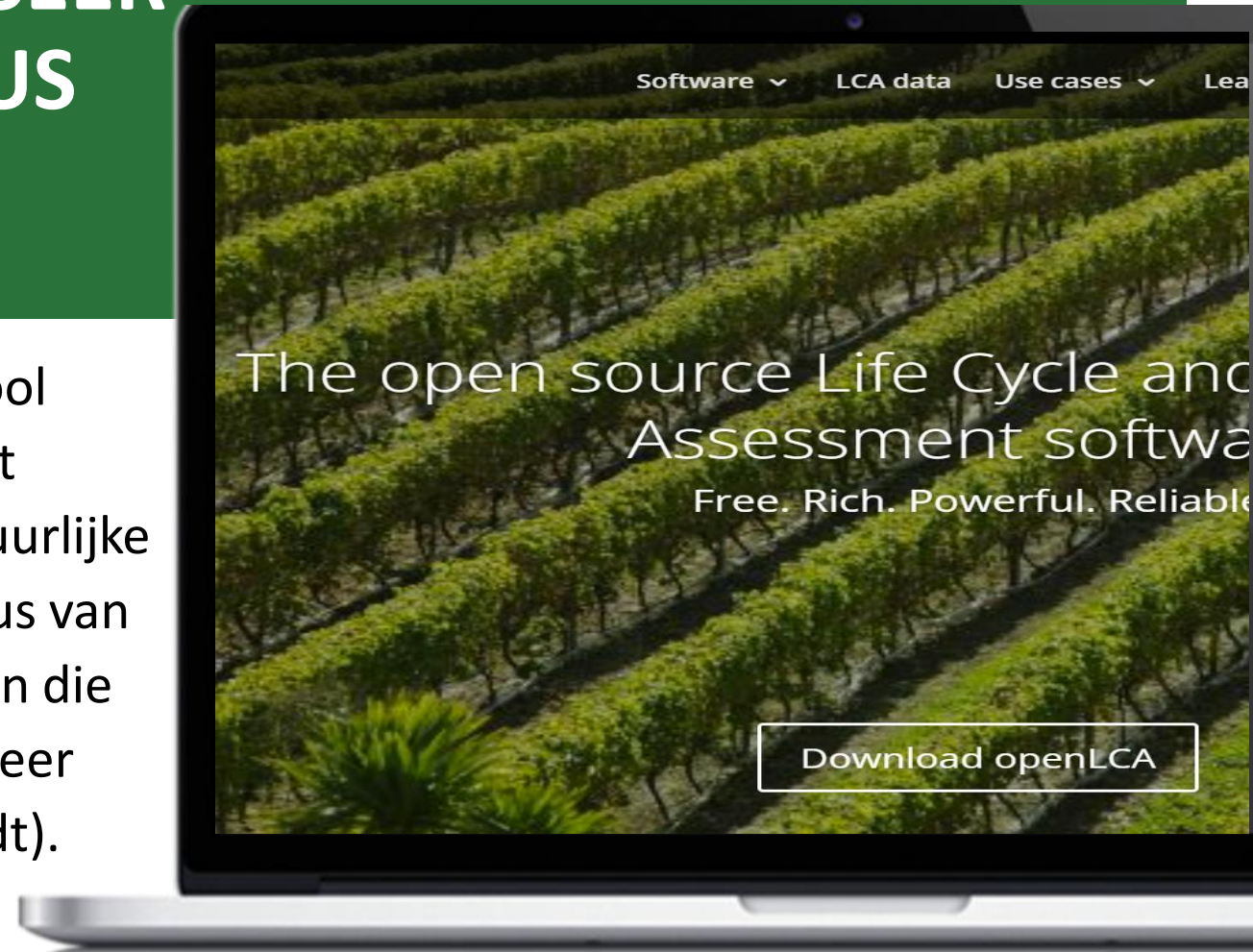
[Minou Schillings's LevenscyclusExercisetemplate | Miroverse](#)

LANGE ACTIVITEIT - ANALYSEER UW PRODUCTLEVENSCYCLUS MBV de OpenLCA tool

Life Cycle Assessment Tool - De gratis OpenLCA tool analyseert het effect van de gebruikte energie, het vrijkomen van giftige stoffen, het gebruik van natuurlijke hulpbronnen, enz. in alle stadia van de levenscyclus van een product (vanaf de winning van de grondstoffen die nodig zijn om het te produceren totdat het niet meer gebruikt wordt en weggegooid of gerecycled wordt).

KLIK OP DE LINK OM TE BEGINNEN

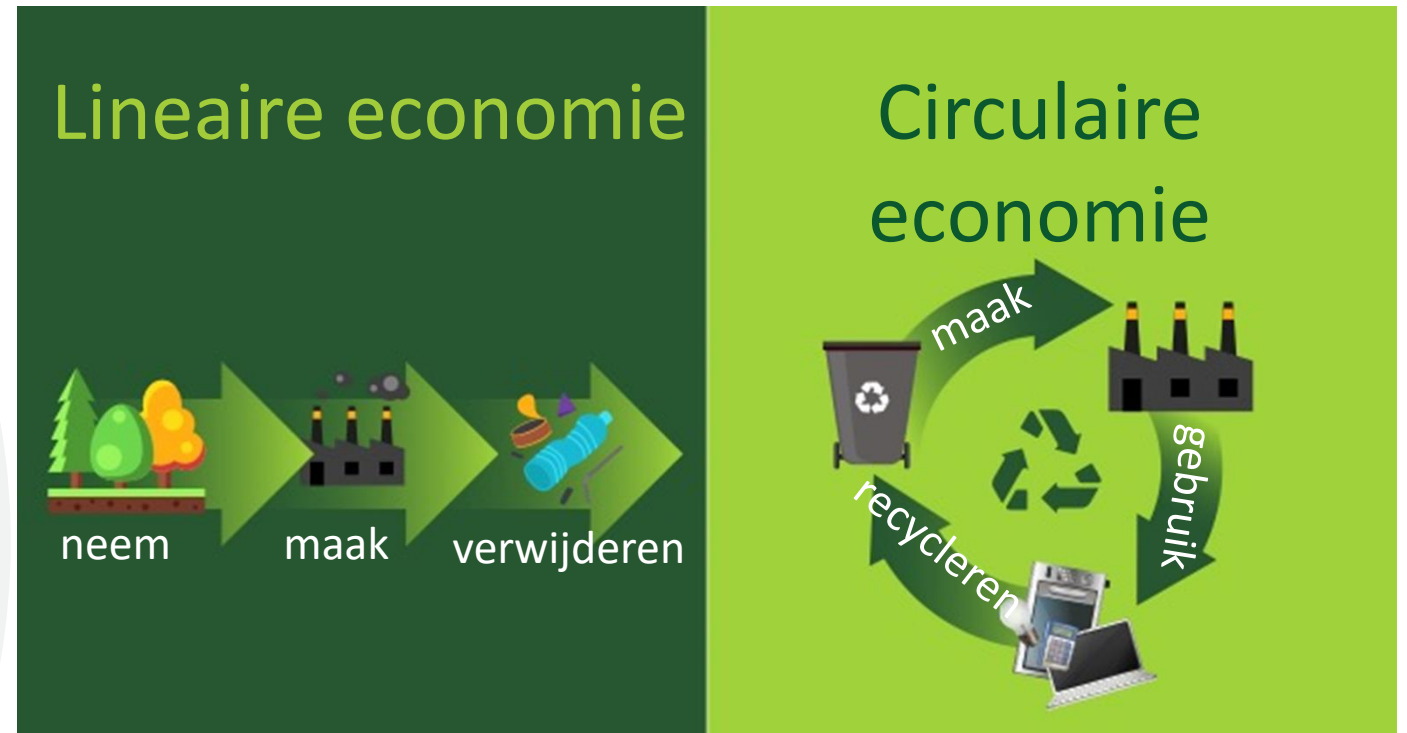
openLCA.org | [openLCA is een gratis, professionele Life Cycle Assessment \(LCA\) en footprint software met een breed scala aan functies.](https://openLCA.org)



Focus op circulaire producten en levenscycli

Circulaire producten zijn producten die functioneren binnen het model van de circulaire economie, d.w.z. producten die minder of helemaal geen nieuwe grondstoffen nodig hebben en zijn ontworpen met het einde van hun levensduur in gedachten.

Een circulaire productlevenscyclus maakt duurzame producten en duurzame consumptie mogelijk en de ontwikkeling van **circulaire producten** is een geweldige concrete manier om bij te dragen tot een duurzamere samenleving.

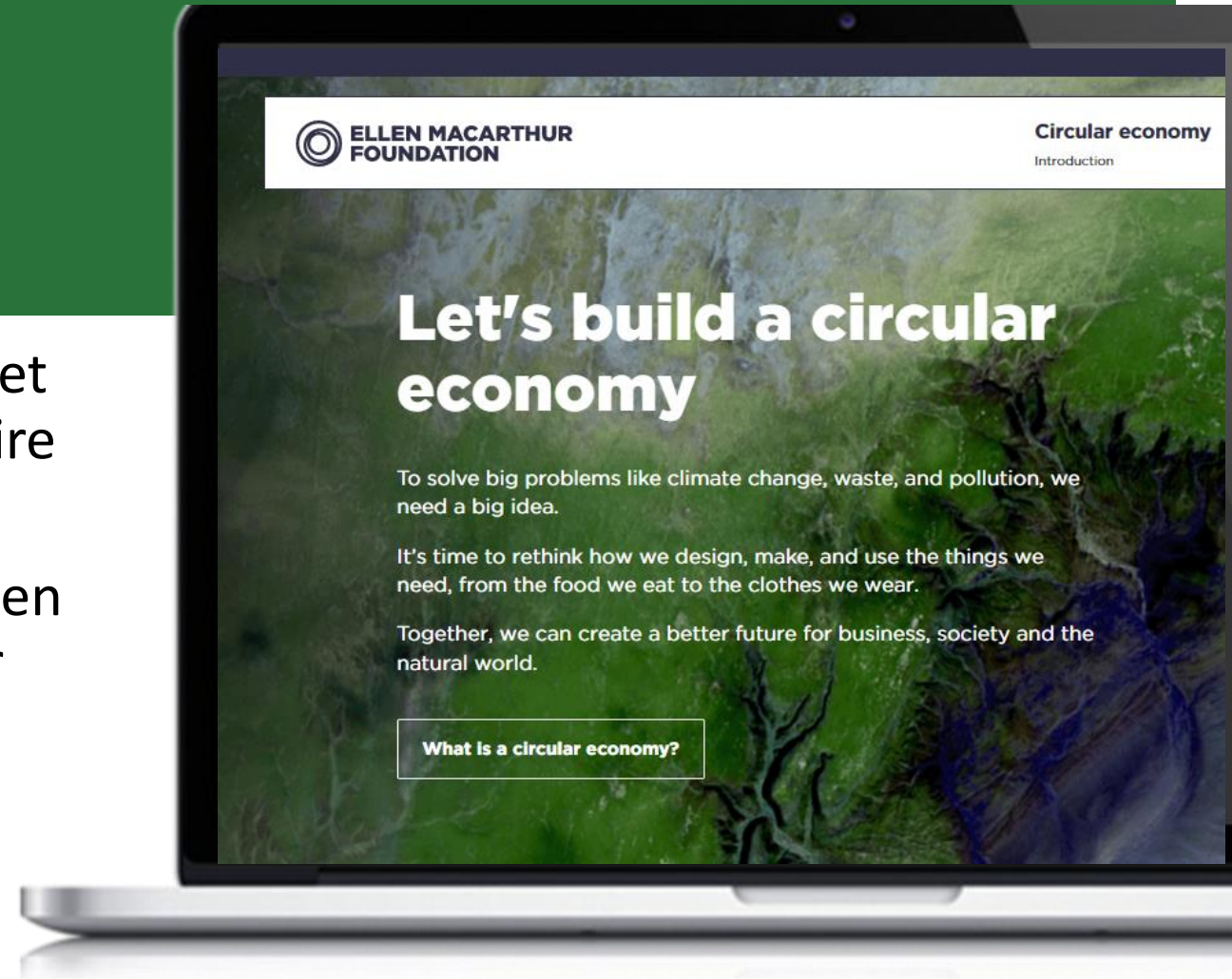


DIEPER GAAN EN MEER TE WETEN KOMEN OVER DE CIRCULAIRE ECONOMIE

De Ellen MacArthur Foundation werkt aan het versnellen van de overgang naar een circulaire economie.

Bekijk en download toonaangevende inzichten en analyses over de kansen van een circulair systeem, waaronder boeken, rapporten en publicaties over de circulaire economie.

[Publicaties | Ellen MacArthur Stichting](#)



SECTIE 04

Focus op duurzame
verpakking

Wat is duurzame verpakking?

Zoals u hebt geleerd, is duurzaamheid, met name voor het milieu, een van de hete hangijzers in de wereld. Zoveel krantenkoppen, maar hoe kunt u als MKB een verschil maken?

Een eenvoudige manier waarop uw MKB kan bijdragen tot milieuvriendelijk en duurzaam leven is door het gebruik van duurzame verpakkingen voor uw producten. Klanten verwachten het en de gezondheid van onze planeet vraagt erom.

Er is een golf van nieuwe innovatieve milieuvriendelijke alternatieven voor traditionele verpakkingsmaterialen.

Van post-consumer gerecyclede papierproducten tot unieke biologisch afbreekbare materialen, hier is een overzicht van de nieuwste opties voor uw verpakkingsbehoeften.

Duurzame verpakking en veranderend consumentengedrag



De toename van online winkelen in de afgelopen jaren heeft geleid tot een toename van verzonden goederen, en met deze toename van zendingen komt ook een natuurlijke toename van de benodigde verzendmaterialen.

Er worden tal van verpakkingselementen gebruikt om online aankopen te verzenden, van opvulmateriaal tot de dozen die deze goederen bevatten. Met deze toename van verzonden goederen is er een natuurlijke vraag naar verpakkingen die rekening houden met duurzaamheid en milieufactoren.

De voordelen van de keuze voor duurzame verzendmaterialen zijn legio, waarbij milieubewust consumenten de nieuwe norm wordt.

Duurzame verpakkingen zijn milieubewuste verpakkingen die zijn ontworpen met de bedoeling de ecologische voetafdruk te minimaliseren.

Verpakkingen kunnen op tal van manieren duurzaam zijn, zoals met 100% gerecyclede materialen, herbruikbare verpakkingen om de levensduur van het verpakkingsmateriaal te maximaliseren, en het kiezen van productieprocessen met de toeleveringsketen die rekening houden met de koolstofvoetafdruk.

Laten we enkele voorbeelden bekijken...

01

Composteerbare/ Plantaardige Verpakking

Een verpakking die composteerbaar is, betekent dat de verpakking in een compostomgeving kan uiteenvallen in natuurlijke elementen.

Aan het einde van het composteringsproces zal het materiaal visueel niet meer te onderscheiden zijn omdat het op natuurlijke wijze is afgebroken tot kooldioxide, water, anorganische verbindingen en biomassa.

Dit betekent ook dat er geen giftigheid in de bodem achterblijft.



Enkele voorbeelden van composteerbare verpakkingen zijn karton, papier, maïszetmeel en bamboe,

Bron

02

Herbruikbare verpakking



Herbruikbare verpakkingen worden ontworpen uit verschillende materialen, zoals metaal, plastic of hout, met als enig doel herbruikbaarheid.

Bron

Herbruikbare verpakkingen zijn verpakkingen die ontworpen zijn om meer dan eens gebruikt te worden, waarbij herbruikbare verpakkingen, herbruikbare transportartikelen en herbruikbare transportverpakkingen andere vormen van herbruikbare verpakkingen zijn.

Het doel van herbruikbare verpakkingen is een einde te maken aan het eenmalige karakter van veel van de verpakkingsmaterialen die we vroeger gebruikten. Herbruikbare verpakkingen verlengen de levensduur en het nut van de verpakking gedurende meerdere zendingen of reizen.



Recyclebare materialen zijn papier, karton, metaal, glas en zelfs bepaalde soorten plastic.

Bron

03

Recyclebare verpakking

Voor recyclebare verpakkingen worden materialen gebruikt die opnieuw kunnen worden verwerkt voor een ander doel, of het nu gaat om meer verzending-materiaal of andere artikelen die kunnen worden geproduceerd met recyclebare inhoud.

Karton spant de kroon voor het meest gebruikte type gerecyclede verpakking. Verpakkingen van papier of karton zijn ook biologisch afbreekbaar, dus zelfs als ze één keer worden gebruikt, zullen ze na verloop van tijd vanzelf afbreken.

AAN DE SLAG MET DUURZAME VERPAKKINGEN - ENKELE EENVOUDIGE EERSTE STAPPEN

Er zijn vele manieren om het huidige materiaal en de huidige verpakking van de toeleveringsketen aan te passen zonder de huidige procedures volledig om te gooien.

Enkele ideeën ...

Verpakking verkleinen om minder materiaal te gebruiken

- Een "recyclebaar" logo of label toevoegen aan huidige verpakkingen om klanten te laten weten dat het materiaal recycleerbaar is.
- Waar mogelijk verpakkingsmateriaal hergebruiken (vooral voor plastic).
- Samenwerken met fabrikanten en distributeurs die duurzame praktijken hanteren
- Zendingen goed plannen om waar mogelijk luchtvracht te vermijden
- Waar mogelijk proberen lokale fabrikanten te gebruiken om de afstand die pakketten moeten afleggen te beperken.

Wist u dat elk jaar 500 deelnemers deelnemen aan Europa's grootste evenement voor duurzame verpakkingen?

In november 2022 werd het evenement Sustainability in Packaging Europe gehouden in Barcelona van 1 tot 4 november. Online waren er meer dan 500 verpakkingsvernieuwers. Discussies tussen online en in-person aanwezigen leidden tot innovaties en verpakkingsoplossingen op weg naar een circulaire economie.

Het is de moeite waard om de [2022 Agenda | Sustainability in Packaging Europe](#) te volgen.



SECTIE 05

Vergroening van uw diensten

AAN DE SLAG MET HET VERGROENEN VAN DE DIENSTEN DIE U AANBIEDT

Zoals we hebben geleerd zijn er eenvoudige stappen die bedrijven kunnen nemen om hun producten groener te maken. Er zijn ook belangrijke stappen om uw diensten groener te maken.

Er zijn vele soorten zakelijke diensten. In dit deel kijken we naar een paar veel voorkomende diensten en hoe ze groener kunnen worden gemaakt.

Groene softwarediensten



Wist u dat de hele informatietechnologiesector (IT) - van het aandrijven van internetserver tot het opladen van smartphones - nu al naar schatting dezelfde koolstofvoetafdruk heeft als de **brandstofemissies van de luchtvaartindustrie**. En de sector is op weg om tegen 2030 maar liefst 20% van alle elektriciteit ter wereld te verbruiken!

Groene software engineering, een relatief nieuwe discipline, kan het overwegen waard zijn. Het brengt samen:

- Software ontwikkelingspraktijken en architectuur
- Hardware en datacenter ontwerp
- Elektriciteitsmarkten
- Klimaatwetenschap

In dit artikel leest u meer over [Wat is groene software en hoe kan het uw bedrijf ten goede komen?](#)

Stichting in Beeld - Maak kennis met de Stichting Groene Software

De Green Software Foundation is een non-profit organisatie en is opgericht voor mensen die software bouwen.

De missie van de Green Software Foundation is het opbouwen van een betrouwbaar ecosysteem van mensen, standaarden, tooling en best practices voor het maken en bouwen van groene software..

Als u in de softwarebranche zit, bent u misschien geïnteresseerd om hier meer te leren: <https://greensoftware.foundation/>



Duurzame diensten voor evenementenbeheer

We empower event professionals across Europe to be future-ready, with green competency, tools and personal certification.



Als u diensten voor evenementenbeheer verleent, bent u zich waarschijnlijk al terdege bewust van de noodzaak om duurzamere diensten voor evenementenbeheer te verlenen.

Duurzaamheid moet op alle niveaus van het **evenementenbeheer** worden toegepast om ervoor te zorgen dat een evenement op verantwoorde wijze wordt georganiseerd en een positieve nalatenschap achterlaat die ten goede komt aan lokale gemeenschappen.

Bekijk het indrukwekkende **FUTURE FESTIVAL TOOLS ERASMUS+** project voor veel gratis middelen om duurzamer te worden. [Home - Future Festival Tools](#)

Potentiële gebieden waarop duurzaam evenementenbeheer zich kan richten en verbeteringen kan aanbrengen zijn:

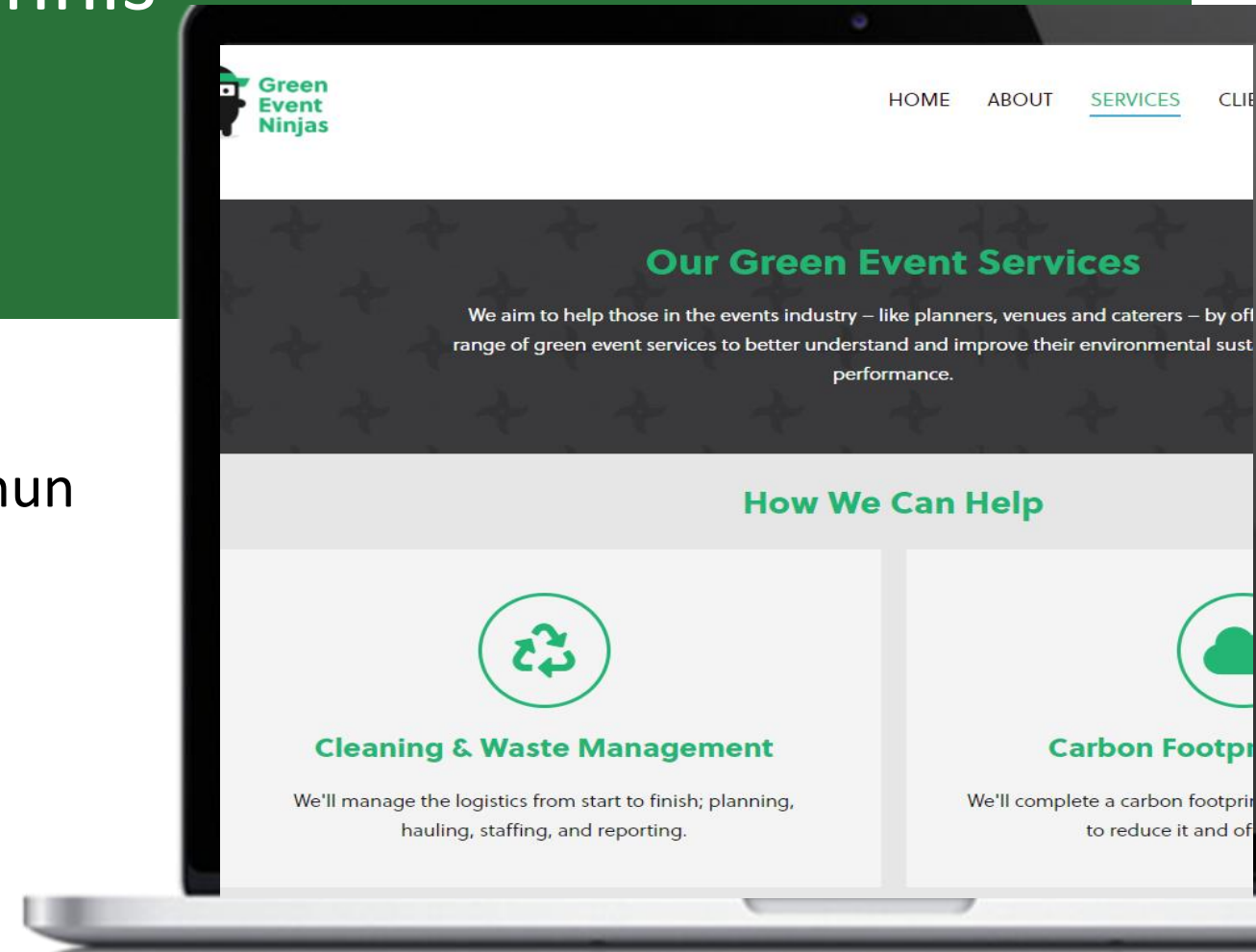
- Betrokkenheid van de samenleving bij het beheer van evenementen
- Verantwoord inkopen bij evenementenbeheer
- Milieu- en sociale kwesties bij het beheer van evenementen
- Economische en sociale gevolgen van evenementen
- Veiligheid en gezondheid bij duurzaam evenementenbeheer
- Sociale-mediamarketing bij het beheer van evenementen
- Toezicht op en evaluatie van evenementen

Business in Focus - Maak kennis met de Green Event Ninjas

Green Event Ninjas biedt diensten aan om mensen in de evenementenbranche - zoals planners, locaties en cateraars - te helpen hun milieuduurzaamheidsprestaties beter te begrijpen en te verbeteren.

Hun diensten omvatten reiniging en afvalbeheer, koolstofvoetafdruk en compensaties, opleiding en onderwijs en duurzaamheidsadvies.

[Green Event Ninjas - Duurzame evenementen gemakkelijk gemaakt](#)



SECTIE 06

Marketing van uw
groene producten
en diensten

WAT IS GROENE MARKETING?



Hoewel producten en diensten om meer dan één reden als groen kunnen worden beschouwd, wordt de uitdaging om te bepalen wat de beste manier is om dit feit aan de markt kenbaar te maken, zodra u uw product of dienst als groen definieert.

Voorbeelden van groene marketing zijn reclame voor de verminderde uitstoot in verband met het productieproces van een product, of het gebruik van gerecyclede materialen voor de verpakking van een product.

Sommige bedrijven kunnen zich ook als milieubewuste bedrijven profileren door een deel van hun verkoopopbrengst te doneren aan milieu-initiatieven, zoals het planten van bomen. Pas echter op voor 'greenwash'!

Greenwashing is wanneer een organisatie meer tijd en geld besteedt aan de marketing van zichzelf als zijnde duurzaam dan aan het daadwerkelijk minimaliseren van hun impact op het milieu.

Het is een bedrieglijke reclamemethode om in de gunst te komen bij klanten die ervoor kiezen bedrijven te steunen die de planeet willen verbeteren.

Mathias (rechts) is hoofd communicatie en politiek bij [Skift - Business Climate Leaders](#), en leidt sinds 2020 het initiatief Guide Against Greenwashing in Noorwegen.

Wat is Greenwashing?
Klik op de pijl om te kijken...



Hoe wijdverbreid is Greenwashing?

Het komt veel voor. [Uit onderzoek van de Europese Commissie](#) waarbij websites van bedrijven werden gescreend op mogelijke misleidende duurzaamheidsclaims, bleek dat 59% van de beoordeelde groene claims niet of slechts gedeeltelijk met feiten waren onderbouwd. In 42% van de gevallen bleken de claims zelfs volledig onwaar of misleidend.

Bron

Vermijd Greenwashing door de Green Claims Code na te leven

Vraag uzelf en uw PR/Marketing team herhaaldelijk af:

- Zijn uw beweringen waarheidsgetrouw en accuraat?
- Zijn uw beweringen duidelijk en ondubbelzinnig?
- Verzwijgen of verbergen uw beweringen belangrijke informatie?
- Maken ze alleen eerlijke en zinvolle vergelijkingen?
- Hebt u uw claims onderbouwd? (Zie volgende dia over groene certificering)

GREENWASHING VERMIJDEN - Controleer uw groene claims

De Competition and Markets Authority (CMA) heeft de Green Claims Code ontwikkeld - die **6 belangrijke punten** bevat om te controleren of uw milieclaims echt groen zijn.

Bekijk deze video en bekijk de link hieronder voor meer informatie over de Green Claims Code.



https://greenclaims.campaign.gov.uk/#check_your_green_claims

Groene labels en certificaten

U leert dat u uw groene inspanningen moet communiceren op een manier die nauwkeurig de voordelen weergeeft die u hebt gecreëerd, en daarvoor zijn groene labels en certificeringen een belangrijke overweging.

Laten we enkele voorbeelden bekijken (volgende dia)

Het algemene doel van groene labels en certificeringen is de producten/diensten te identificeren die de gezondheid van de mens en het milieu het meest beschermen.

Om de certificering te verkrijgen, test de fabrikant daadwerkelijk zijn product om te zien of het voldoet aan de toepasselijke wetenschappelijke criteria. Bij de sterkste, meest betrouwbare certificeringen controleert de organisatie die de certificering verstrekt onafhankelijk of aan de eisen is voldaan. Anders wordt de beoordeling van de geldigheid van de verklaringen aan de concurrentie overgelaten.

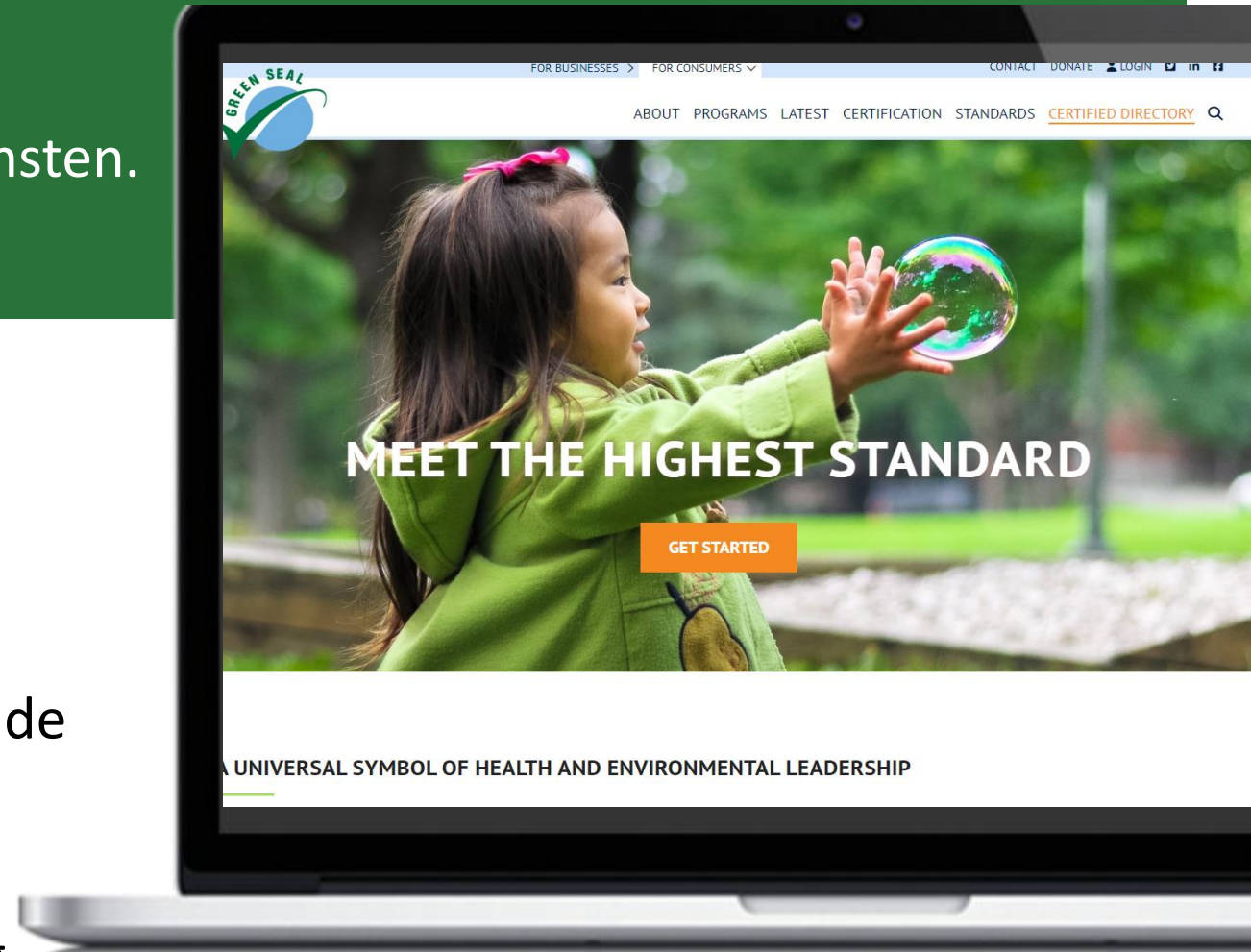
Groen zegel

Al meer dan 30 jaar pleit Green Seal voor veiligere en duurzamere producten en diensten.

Hun op wetenschap gebaseerde normen belonen innovaties in de industrie. Alleen de gezondste, meest verantwoorde en meest effectieve producten krijgen het Green Seal.

Het Green Seal Compass richt zijn normen op de belangrijkste effecten die optreden tijdens de hele levenscyclus van het product, van de winning van grondstoffen en de productie tot de verpakking, het gebruik en de verwijdering.

www.greenseal.org



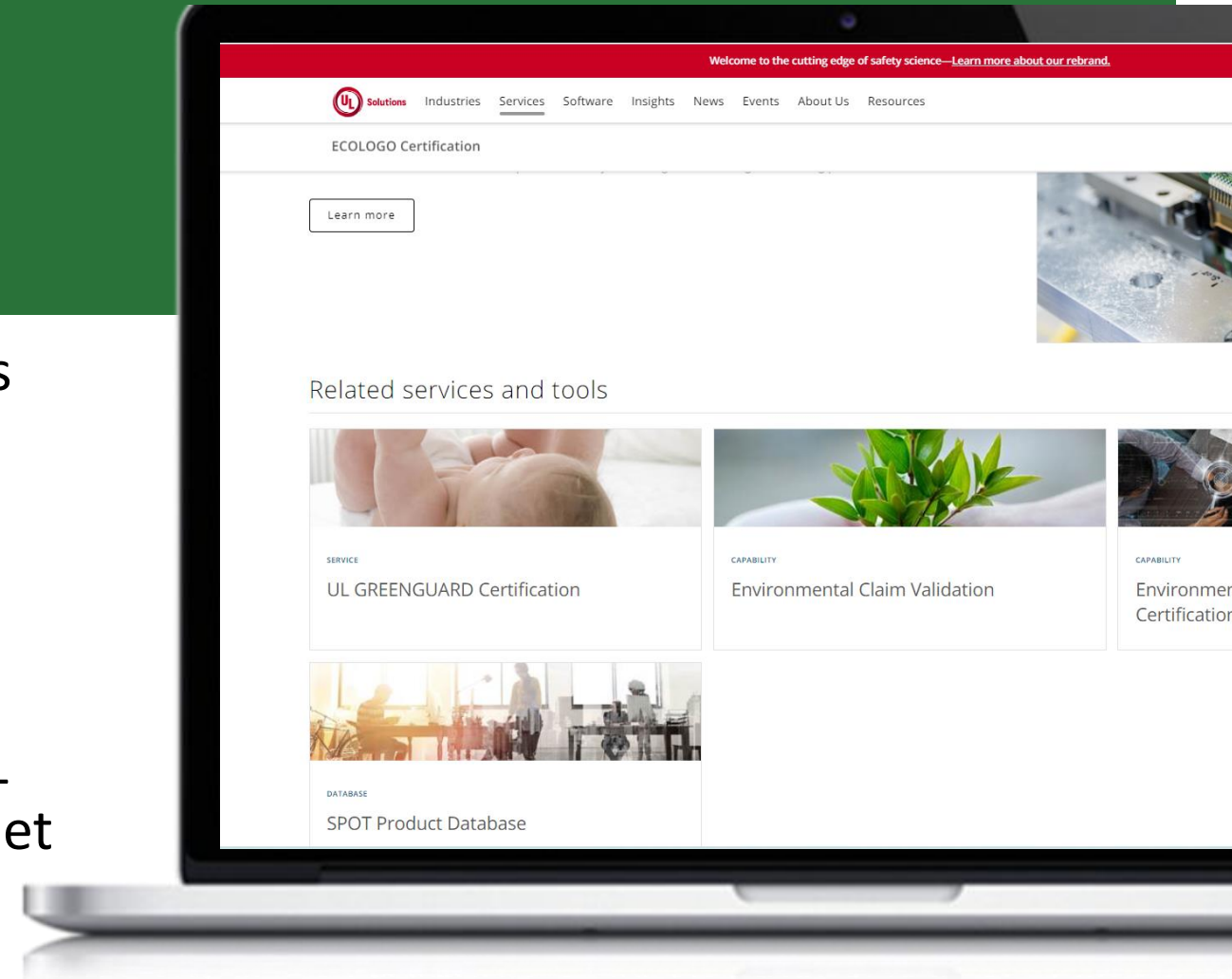
SUSTAINABLE FUTURES FOR ENTERPRISE CENTRES

ECOLOGO[®] Certificering

is gebaseerd op – op de levenscyclus-
gebaseerde duurzaamheidsnormen.

Alle producten die gecertificeerd zijn volgens een ECOLOGO-norm moeten aan elk van de opgesomde criteria voldoen of deze overtreffen alvorens het keurmerk te ontvangen. Het ECOLOGO Certificaat is geclassificeerd als een International Organization for Standardization (ISO) Type 1 ecolabel en is met succes beoordeeld door het Global Ecolabeling Network, wat zijn geloofwaardigheid verder aantoont.

[ECOLOGO Certification | UL Solutions](#)



Het belang van open en transparante communicatie

Nuttig hulpmiddel - Klimaat Jargon Buster

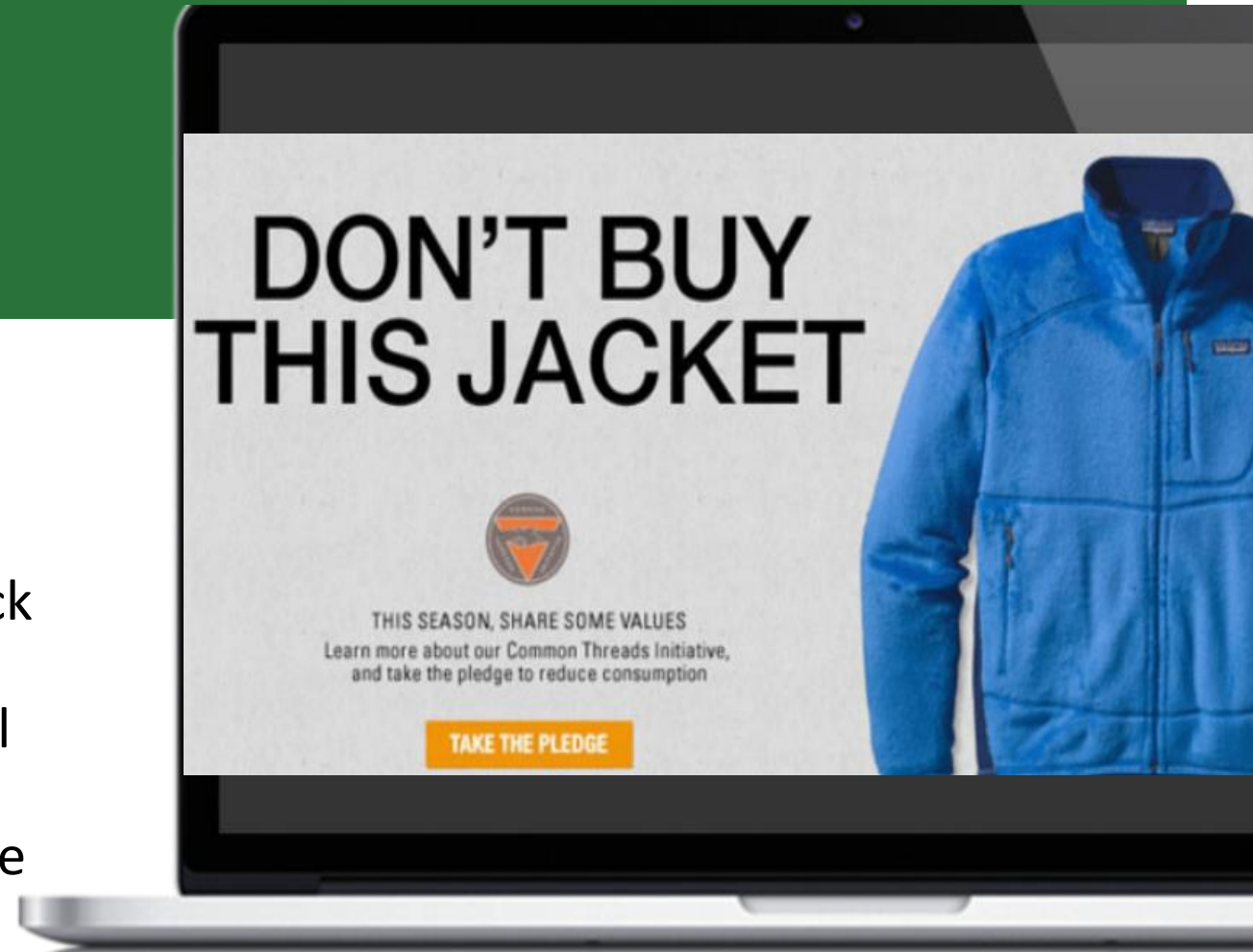
Deze Carbon Jarbon Buster tool is handig om in je communicatie gereedschapskist te hebben. Gebruik het om te controleren en te zorgen dat u de belangrijkste concepten en zinnen begrijpt die worden gebruikt in duurzame zakelijke marketing en communicatie.

<https://climatejargonbuster.ie/>



Casus - Patagonia- Koop deze jas niet

Patagonia staat bekend om zijn ecologische en sociale verplichtingen en heeft er altijd naar gestreefd om het milieu in elk aspect van zijn bedrijf te integreren. In 2011 hadden ze op Black Friday een advertentie met een van hun jassen met het opschrift "Koop deze jas niet". Het doel van deze advertentie was om overmatig consumentisme aan te pakken, wat op het juiste moment kwam door de verspilling van Black Friday-winkelen.



Casus - Patagonia- Koop deze jas niet

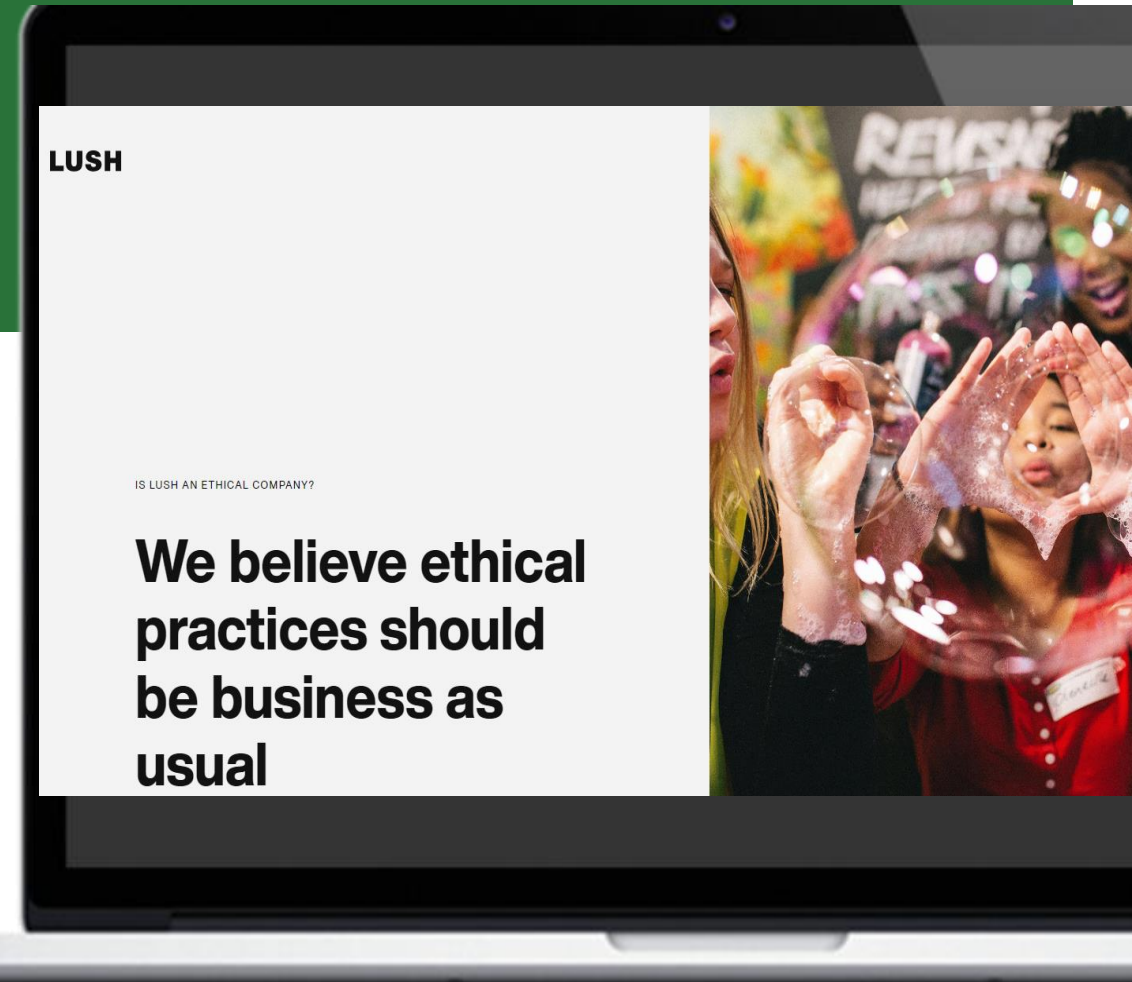
Deze advertentie is zeker gedenkwaardig, en hoewel schijnbaar tegenstrijdig met de economische doelstellingen van een typisch bedrijf, bewijst ze juist hun inzet voor de planeet. Hierdoor krijgen zij een concurrentievoordeel op andere merken door oprecht te zijn in hun marketinginspanningen en hun klantentrouw te vergroten.



Casestudy: Britse cosmeticawinkel Lush

Het merk heeft consequent een reeks kritische vraagstukken verdedigd, van het tegengaan van dierproeven tot het steunen van LHBTQ+-organisaties. Even belangrijk is dat het zijn ethische verplichtingen centraal stelt in de producten die het aanbiedt - vooral als het gaat om duurzaamheid.

De inzet van Lush voor duurzame producten heeft verschillende dimensies en strekt zich uit tot de gebruikte grondstoffen (waarvan 70% afkomstig is van zelfvoorzienende bronnen) en de energieleveranciers met wie ze samenwerken.





Bron

TERUG NAAR DUURZAME VERPAKKINGEN

Vanuit marketingoogpunt is hun aanpak van de verpakking echter het meest opvallend. Sinds 2008 worden veel cosmetica van Lush verkocht in eenvoudige, grotendeels onversierde zwarte potjes. Vijf van deze potjes kunnen na gebruik worden teruggebracht naar de winkels van Lush in ruil voor een gratis gezichtsmasker - waarna de potjes worden afgebroken en omgevormd tot nieuwe potjes om een gesloten recyclingkringloop te vormen.

Het eenvoudige, onopvallende ontwerp van hun verpakking maakt recycling dus niet alleen mogelijk en moedigt het aan, maar plaatst het ook centraal in hun merkidentiteit. Met een uiterst eenvoudige verpakking maakt Lush in wezen een statement over de irrelevantie van verpakking voor hun producten - en hun engagement om die uiteindelijk te elimineren.

Casus - Communiceren met transparantie - FAIRPHONE

Fairphone streeft naar een beter begrip tussen mensen en hun producten, door gesprekken op gang te brengen over wat "eerlijk" werkelijk betekent.

Ze hebben gewerkt aan een duurzamere smartphone. Niet alleen besteden ze tijd aan het zorgvuldig onderzoeken van elke fase van hun supply chain. Ze hebben een interactieve bronkaart gemaakt om hun toeleveringsketen open en transparant te maken. Goed gedaan, Fairphone!

[Breng de reis van uw telefoon in kaart - Fairphone](#)



CHECKLIST VOOR VERANTWOORDE COMMUNICATIE

- Wees open en transparant. Communiceer uw groene/duurzame acties en ambities op uw website, jaarverslagen en alle communicatie over uw kerndiensten en -programma's.
- Zorg ervoor dat u en uw PR/Marketingteam op de hoogte zijn van Greenwashing. Het is belangrijk om in alle gevallen op een verantwoorde manier te communiceren met nauwkeurigheid en passend taalgebruik.
- Kies ervoor projecten te steunen die verband houden met uw missie en duurzaamheidswaarden
- Probeer elementaire milieumaatregelen die wettelijk verplicht zijn, zoals afval, water enz. niet te veel te promoten.



En nu onze laatste
module 6



SUSTAINABLE
futures for enterprise centres



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union