

2 november 2022- Lean & Green SUMMIT

WELKOM BIJ

# GREENWASHING OF STORYTELLING?



Jenny Schlatter



Marieke Schouten



**Schrijver**  
met een missie



# DE VERHAALLIJN

Wat is duurzaamheid?



Hoe leidt dit tot greenwashing en wat is de schade hiervan?



Hoe maak je veilige groene claims?

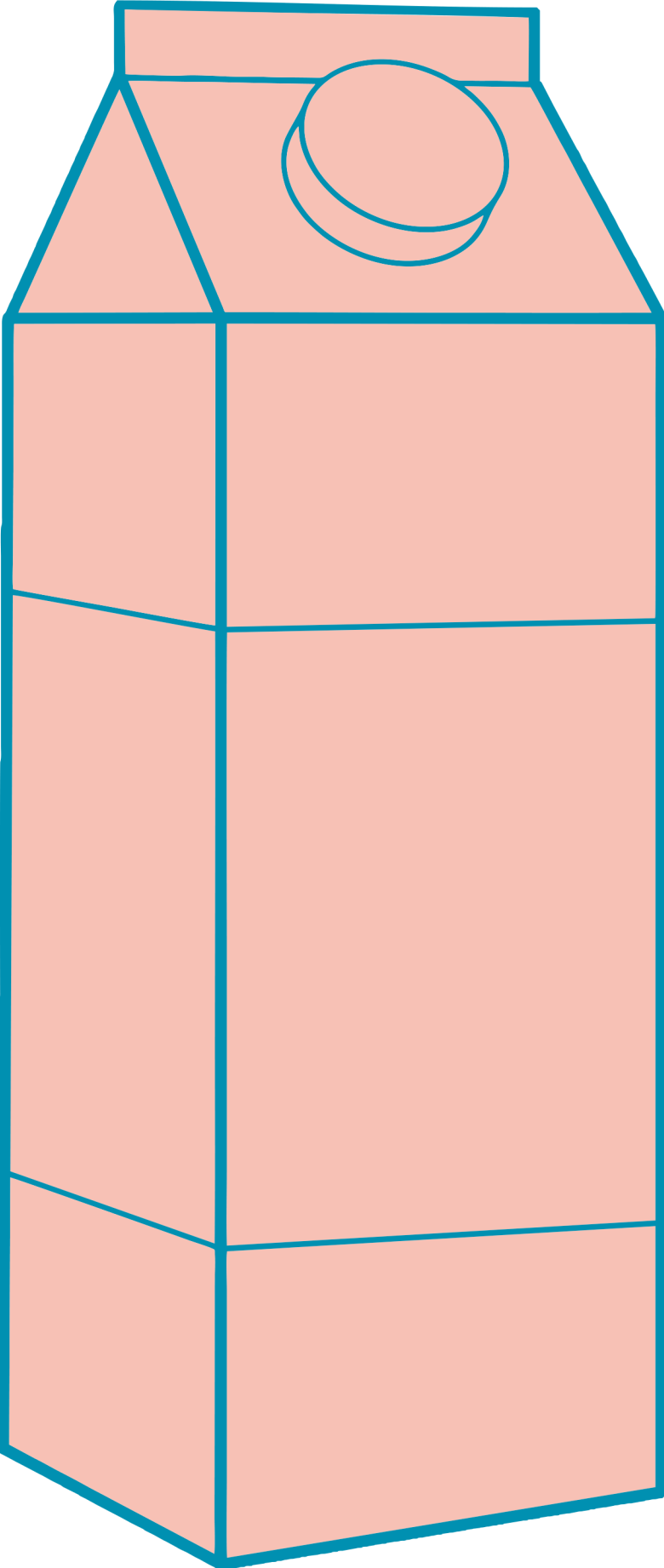


Wat is (de kracht van) storytelling?



Hoe maak je veilige groene claims en hoe combineer je dat met storytelling en je Lean & Green dashboard?

**ONS BIN  
ZUUNIG**





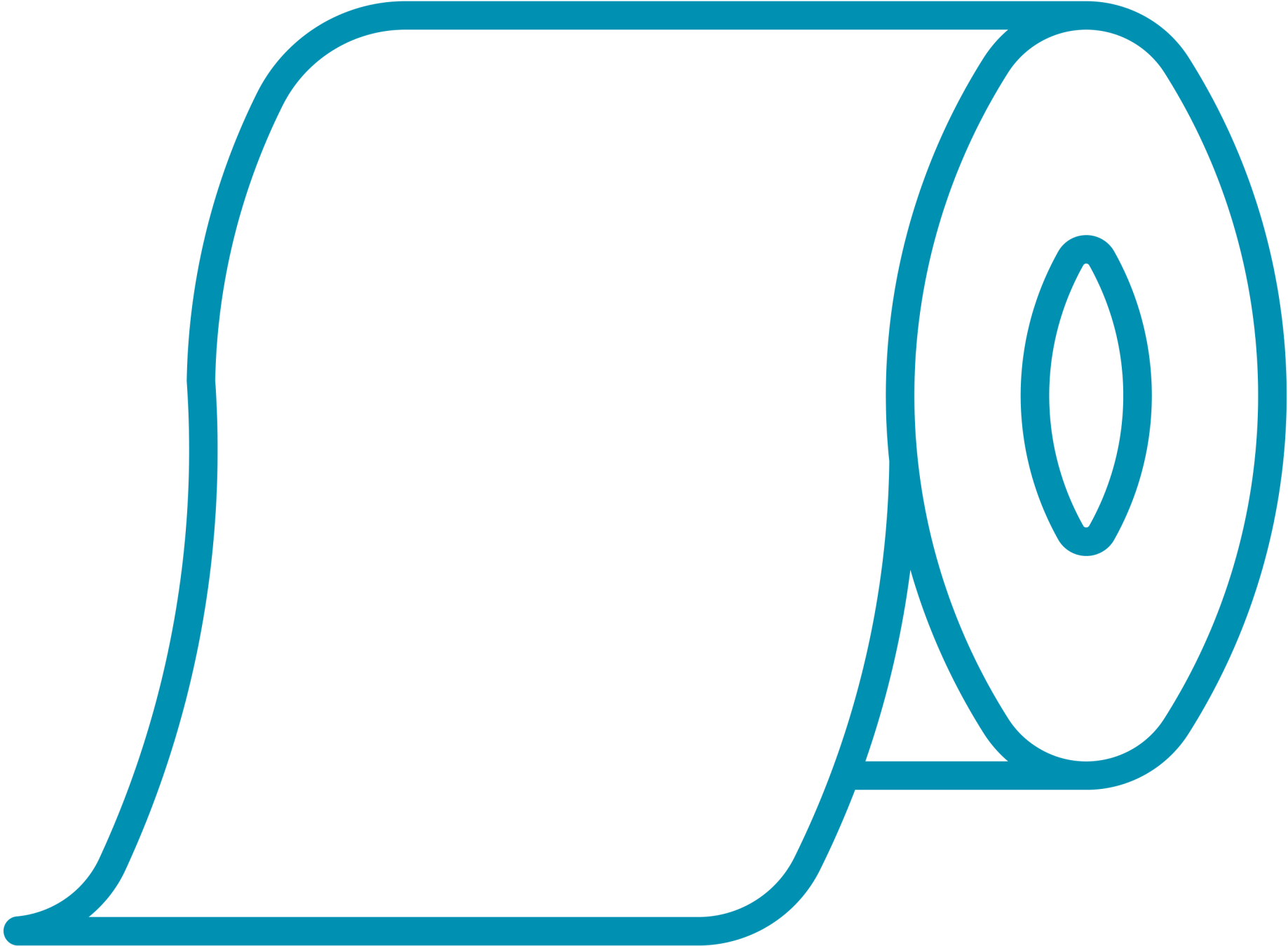
# **ONS BIN ZUUNIG:**

**KOOP PRODUCTEN DIE OP OF  
OVER DE DATUM ZIJN**



# **ONS BIN ZUUNIG:**

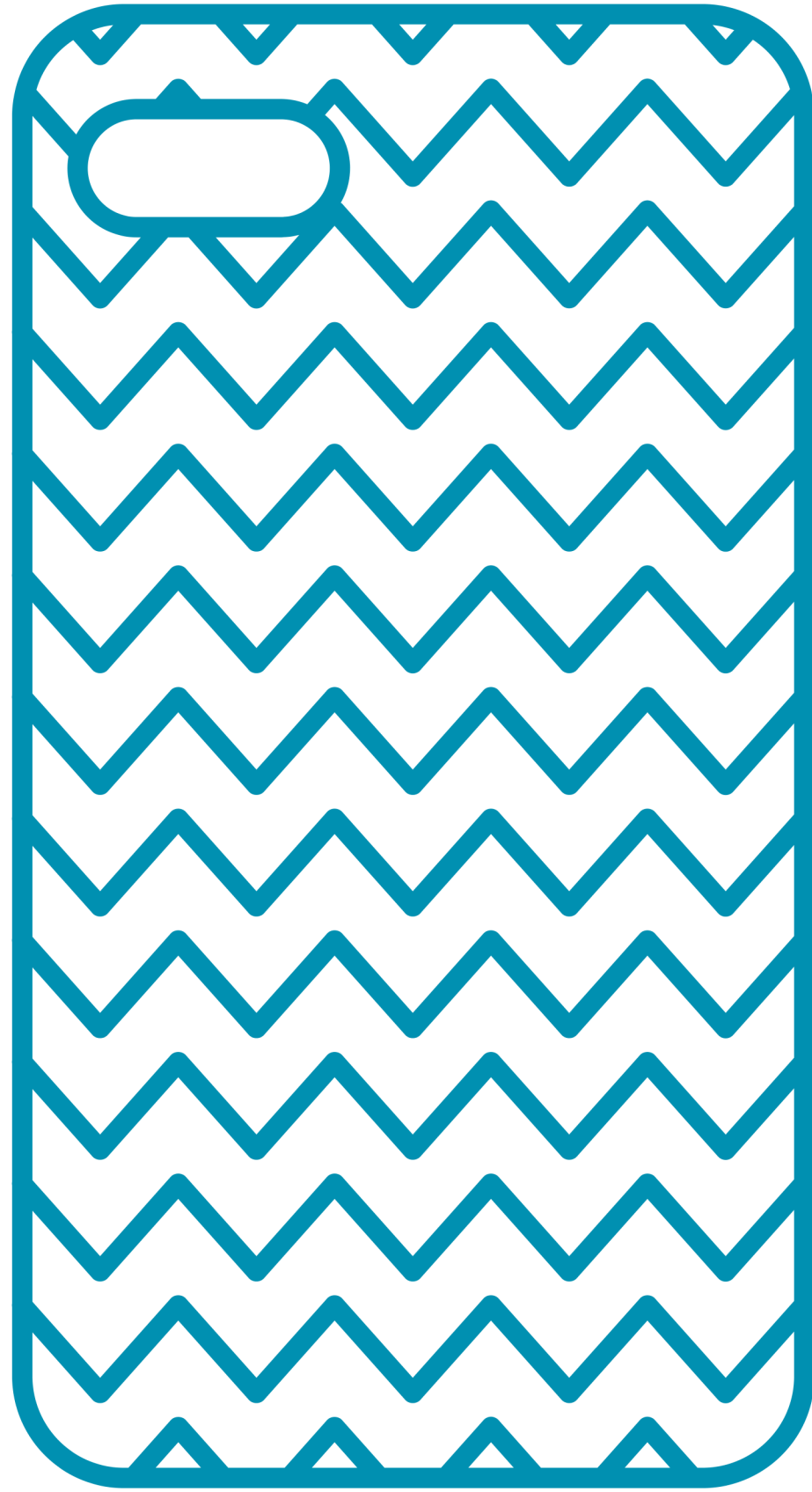
**JE BENT ZUINIG MET  
ENERGIEBRONNEN**



**ONS BIN**

**ZUUNIG:**

**OF NIET HYGIËNISCH...**



# **ONS BIN ZUUNIG:**

**JE GOOIT GEEN SPULLEN  
WEG DIE NOG GOED ZIJN OF JE  
KOOPT HET TWEEDEHANDS**

# DUURZAAMHEID

HOE COMMUNICEERT JOUW  
BEDRIJF OVER DUURZAAMHEID?



# DUURZAAMHEID

1. De betekenis wordt vaak niet uitgelegd
2. Het kan op verschillende manieren gebruikt en geïnterpreteerd worden

# DUURZAME ONTWIKKELING

"Duurzame ontwikkeling is de ontwikkeling naar een economische, sociale en milieuvriendelijke duurzame toekomst voor de **aarde** en voor huidige en toekomstige **generaties**".

- VN-resolutie 2012

# DUURZAME ONTWIKKELING?



What does Ecodesign means at

**DECATHLON**

At Decathlon, we not only offer you high performance sports products, but our teams are committed to design and create them in ways that are as environmentally-conscious as possible. This approach is called "*ecodesign*".





# ACM: GREENWASHING

## Decathlon en H&M op vingers getikt wegens misleidende duurzaamheidsclaims

Nieuws • 13-09-2022



De sportketen Decathlon en modeketen H&M zijn onduidelijk geweest over duurzaamheid en hebben claims op dat gebied onvoldoende onderbouwd, stelt de Autoriteit Consument en Markt (ACM) dinsdag. Volgens de waakhond beloven de bedrijven beterschap en doneren ze respectievelijk 400.000 euro en 500.000 euro aan duurzame doelen ter compensatie.

Aanleiding voor de tik op de vingers is dat de ACM veel 'mogelijke misleidende duurzaamheidsclaims' constateerde in de kledingsector. Kledingaanbieders werden in het voorjaar van 2021 hierop aangesproken. Hierna werd het onderzoek voortgezet bij onder meer Decathlon en H&M. Zo bleken deze bedrijven producten aan te bieden met termen zoals 'Ecodesign' en 'Conscious', zonder hierbij direct het voordeel qua duurzaamheid te benoemen.



# CONCLUSIE

Duurzaamheid is geen beschermde term. Dit kan leiden tot misleiding, ook als je het niet zo bedoeld.



Dit kan leiden tot greenwashing. De schade hiervan is groot voor bedrijven.



Dus: definieer duurzaamheid voor je eigen bedrijf. De basis hiervan moet feitelijk zijn.

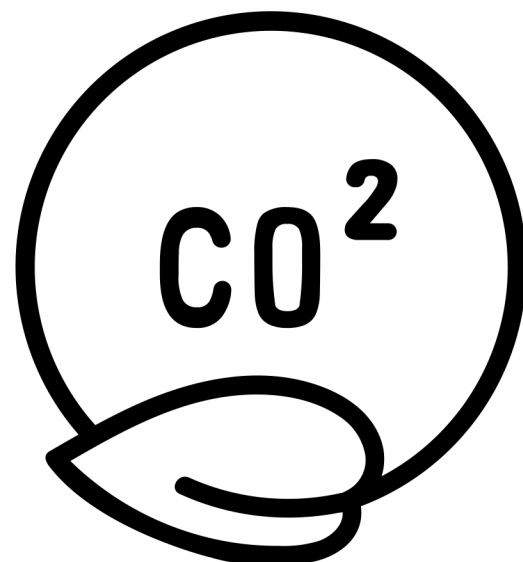
# GREENWASHING

"Greenwashing is misleading over duurzaamheidsclaims"

- ACM



**HOE MAAK JE  
VEILIGE GROENE  
CLAIMS?**



# STELLING 1

## 5 VUISTREGELS

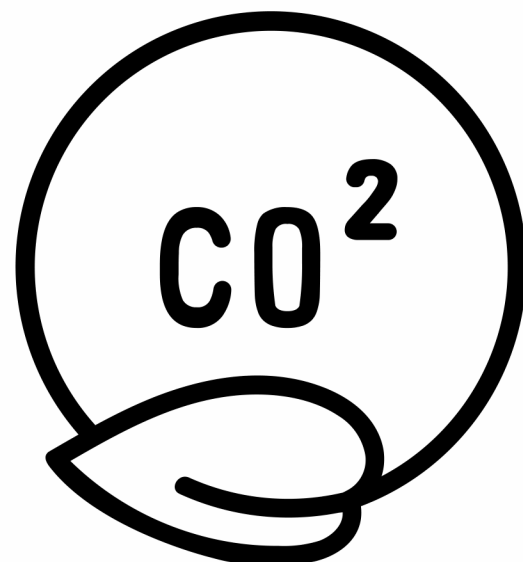
- 1 DUURZAAMHEIDSVOORDEEL
- 2 ONDERBOUWING: ACTUEEL & FEITELIJK
- 3 EERLIJKE VERGELIJKING
- 4 BALANS: CLAIM - INSPANNINGEN
- 5 BEHULPZAME KLEUREN, SYMBOLEN EN BEELDEN

Een autoverhuurbedrijf biedt klanten de optie om hun CO<sub>2</sub>-uitstoot tegen betaling te compenseren.

Het autoverhuurbedrijf adverteert met :  
“CO<sub>2</sub>-neutraal rijden”.

# MAG DIT?





# ANTWOORD 1

## 5 VUISTREGELS

1 DUURZAAMHEIDSVOORDEEL

2 ONDERBOUWING & ACTUEEL

3 EERLIJKE VERGELIJKING

4 BALANS

5 KLEUREN, SYMBOLEN EN  
BEELDEN

NEE.

Het bedrijf moet vertellen hoeveel uitstoot er wordt gecompenseerd en hoe.

Beter: De gehuurde auto heeft een CO<sub>2</sub>-uitstoot van X per kilometer en dit wordt gecompenseerd door te investeren in bosbouwprojecten in Zuid-Amerika die worden georganiseerd door organisatie X en zijn gecertificeerd volgens standaard Y.



# STELLING 2

## 5 VUISTREGELS

1 DUURZAAMHEIDSVORDEEL

2 ONDERBOUWING: ACTUEEL & FEITELIJK

3 EERLIJKE VERGELIJKING

4 BALANS: CLAIM - INSPANNINGEN

5 BEHULPZAME KLEUREN, SYMBOLEN EN BEELDEN

Een bedrijf claimt:

“Onze sportschoenen bevatten 20% meer gerecyclede materialen.”

# MAG DIT?



# ANTWOORD 2

## 5 VUISTREGELS

1 DUURZAAMHEIDSVOORDEEL

2 ONDERBOUWING & ACTUEEL

3 EERLIJKE VERGELIJKING

4 BALANS

5 KLEUREN, SYMBOLEN EN  
BEELDEN

Nee.

Waar vergelijk je het mee?

Meer als wat/wie?

Beter: Onze sportschoenen bevatten 20% meer gerecyclede materialen dan sportschoenen type X.



# STELLING 3

## 5 VUISTREGELS

1 DUURZAAMHEIDSVOORDEEL

2 ONDERBOUWING: ACTUEEL  
& FEITELIJK

3 EERLIJKE VERGELIJKING

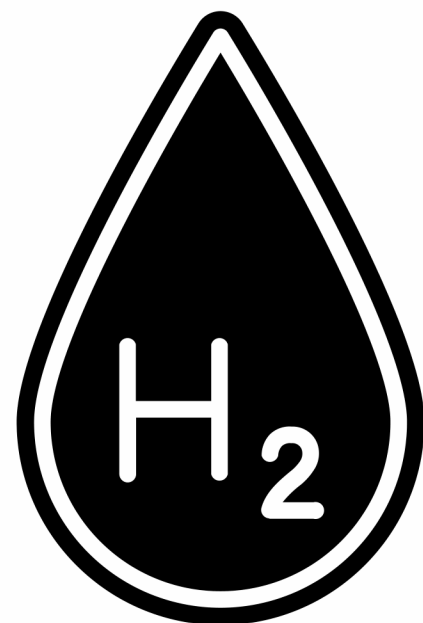
4 BALANS: CLAIM -  
INSPANNINGEN

5 BEHULPZAME KLEUREN,  
SYMBOLLEN EN BEELDEN

Een bedrijf wat waterstof produceert maakt reclame met:

“Rijden op waterstof vermindert de uitstoot van CO<sub>2</sub>”.

# MAG DIT?



# ANTWOORD 3

## 5 VUISTREGELS

1 DUURZAAMHEIDSVORDEEL

2 ONDERBOUWING & ACTUEEL

3 EERLIJKE VERGELIJKING

4 BALANS

5 KLEUREN, SYMBOLEN EN  
BEELDEN

Nee, onduidelijke claim.

Hoeveel minder uitstoot?

Hoe wordt het gemaakt?

Het suggereert dat de aangeboden waterstof minder of geen CO<sub>2</sub>-uitstoot veroorzaakt. Bovendien produceert het bedrijf op dit moment waterstof op basis van aardgas.



# STELLING 4

## 5 VUISTREGELS

1 DUURZAAMHEIDSVORDEEL

2 ONDERBOUWING: ACTUEEL & FEITELIJK

3 EERLIJKE VERGELIJKING

4 BALANS: CLAIM - INSPANNINGEN

5 BEHULPZAME KLEUREN, SYMBOLEN EN BEELDEN

Een grote oliemaatschappij adverteert veel met de nieuwe technologie en gebruikt daarbij claims als “op weg naar klimaatneutraal”, “beter voor het milieu” en “50% minder CO2-uitstoot”.

De oliemaatschappij heeft als doelstelling om in 2025 25.000 ton van de nieuwe biofuel te produceren, wat naar verwachting ongeveer 2% van de totale brandstofproductie (inclusief fossiele brandstoffen) van het bedrijf zal zijn.

# MAG DIT?



# ANTWOORD 4

## 5 VUISTREGELS

- 1 DUURZAAMHEIDSVORDEEL
- 2 ONDERBOUWING: ACTUEEL & FEITELIJK
- 3 EERLIJKE VERGELIJKING
- 4 BALANS: CLAIM - INSPANNINGENEN
- 5 BEHULPZAME KLEUREN, SYMBOLEN EN BEELDEN

De duurzaamheidsclaims van de oliemaatschappij kunnen misleidend zijn, omdat zij de indruk wekken dat het bedrijf duurzamer is dan het is gelet op het beperkte aandeel van de productie van biofuel ten opzichte van de productie van fossiele brandstoffen.



# STELLING 5

## 5 VUISTREGELS

- 1 DUURZAAMHEIDSVOORDEEL
- 2 ONDERBOUWING: ACTUEEL & FEITELIJK
- 3 EERLIJKE VERGELIJKING
- 4 BALANS: CLAIM - INSPANNINGEN
- 5 BEHULPZAME KLEUREN, SYMBOLEN EN BEELDEN

Een supermarktketen bezorgt boodschappen bij klanten thuis met een vrachtauto. De vrachtauto rijdt sinds kort op biodiesel en vermeldt daarom:

“Deze vrachtwagen rijdt op biodiesel.”

# MAG DIT?





# ANTWOORD 5

## 5 VUISTREGELS

1 DUURZAAMHEIDSVOORDEEL

2 ONDERBOUWING & ACTUEEL

3 EERLIJKE VERGELIJKING

4 BALANS

5 KLEUREN, SYMBOLEN EN  
BEELDEN

JA!

Het vertelt hoe supermarktketen X  
duurzaam bezig is.

Niet:

"Met supermarkt X op weg naar een  
groene toekomst."

**SUBJECTIEVE,  
ALGEMENE EN  
ABSOLUTE TERMEN**

milieuvriendelijk

goed voor het milieu

eco

schoon

ecologisch

verantwoord

groen

fair

niet-vervuilend

eerlijk

ethisch

duurzaam

Absolute claim: Deze koffie is groen.

Subjectieve claim: Dit is de groenste koffie.

Algemene claim: Met supermarkt X op weg naar een groene toekomst.

*Beschermde termen: biologisch, klimaatneutraal, CO2-neutraal.*



# 5 VUISTREGELS IN VOGELVLUCHT

1. Wees duidelijk over duurzaamheidsvoordeel.
2. Onderbouw met controleerbare feiten en blijf actueel.
3. Maak eerlijke vergelijkingen.
4. Wees duidelijk over de duurzaamheid van je bedrijf.
5. Zaai geen verwarring met visuele claims.



# Don'ts

- Vakjargon
- Overdrijven
- Te positief
- Subjectieve termen
- Algemene en absolute termen

# 5 VUISTREGELS

## CHECKLIST

1. Waar heeft het voordeel betrekking op?
2. Welk onderdeel is duurzaam?
3. Kun je het concreter of specifieker maken?
4. Is het onderbouwd?
5. Heb je bewijslast?
6. Is de vergelijking eerlijk?
7. Hoe duurzaam ben je als bedrijf en is dat in verhouding tot je claim?
8. Zijn je visuele claims behulpzaam of verwarrend?

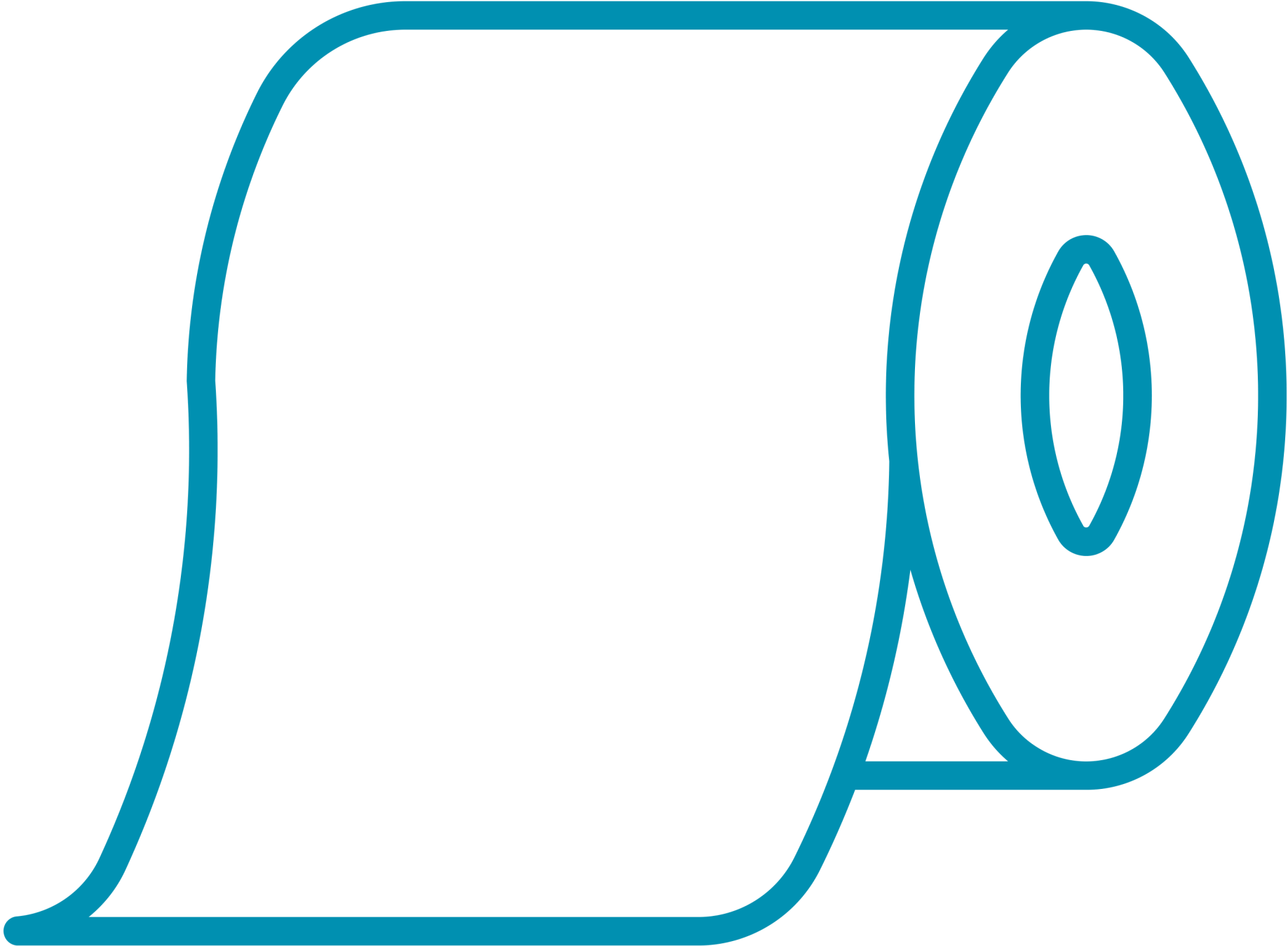
# CONCLUSIE

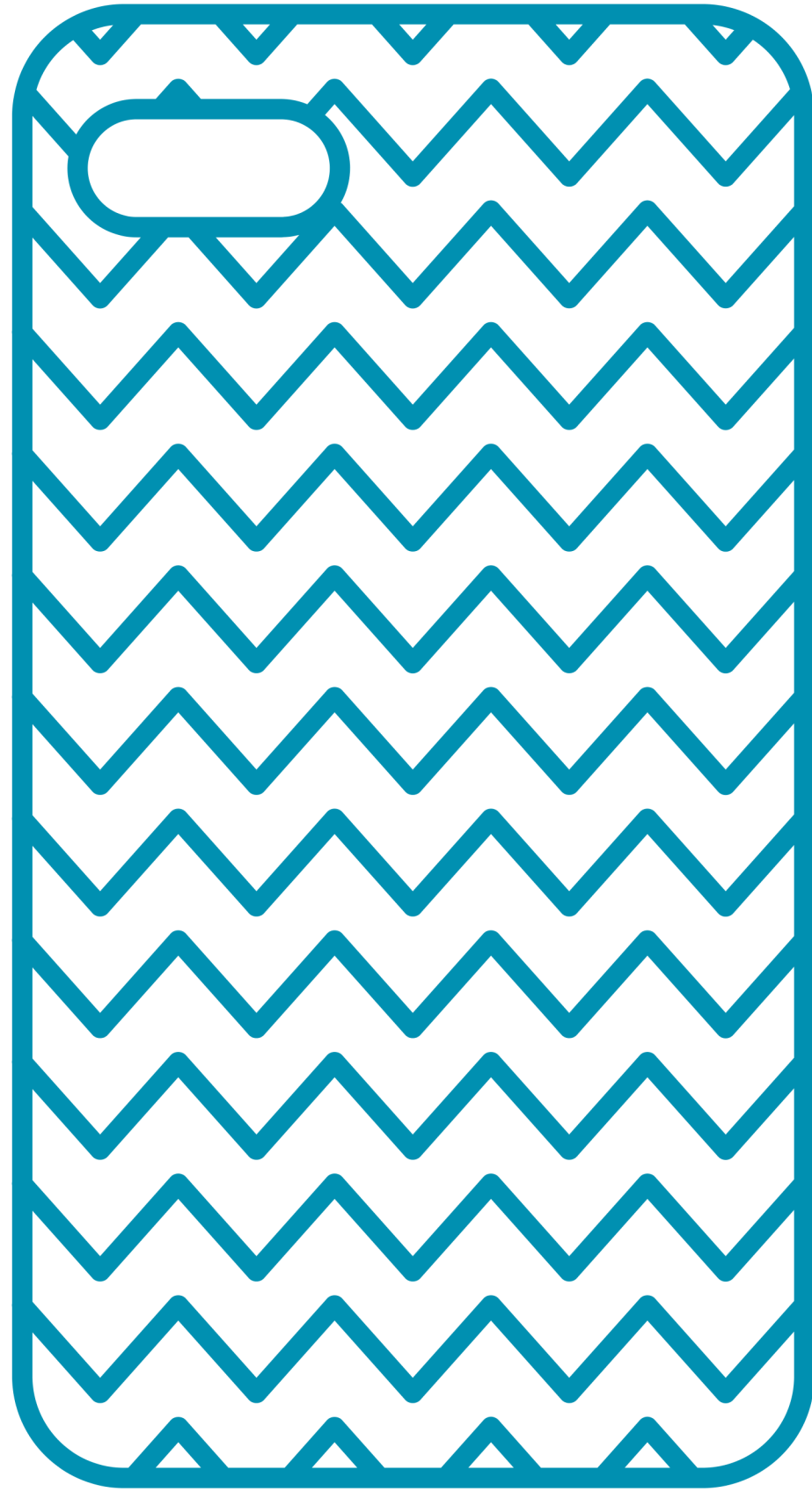
Communiceer in daden en feiten  
in plaats van beloftes.



# DE KRACHT VAN STORYTELLING



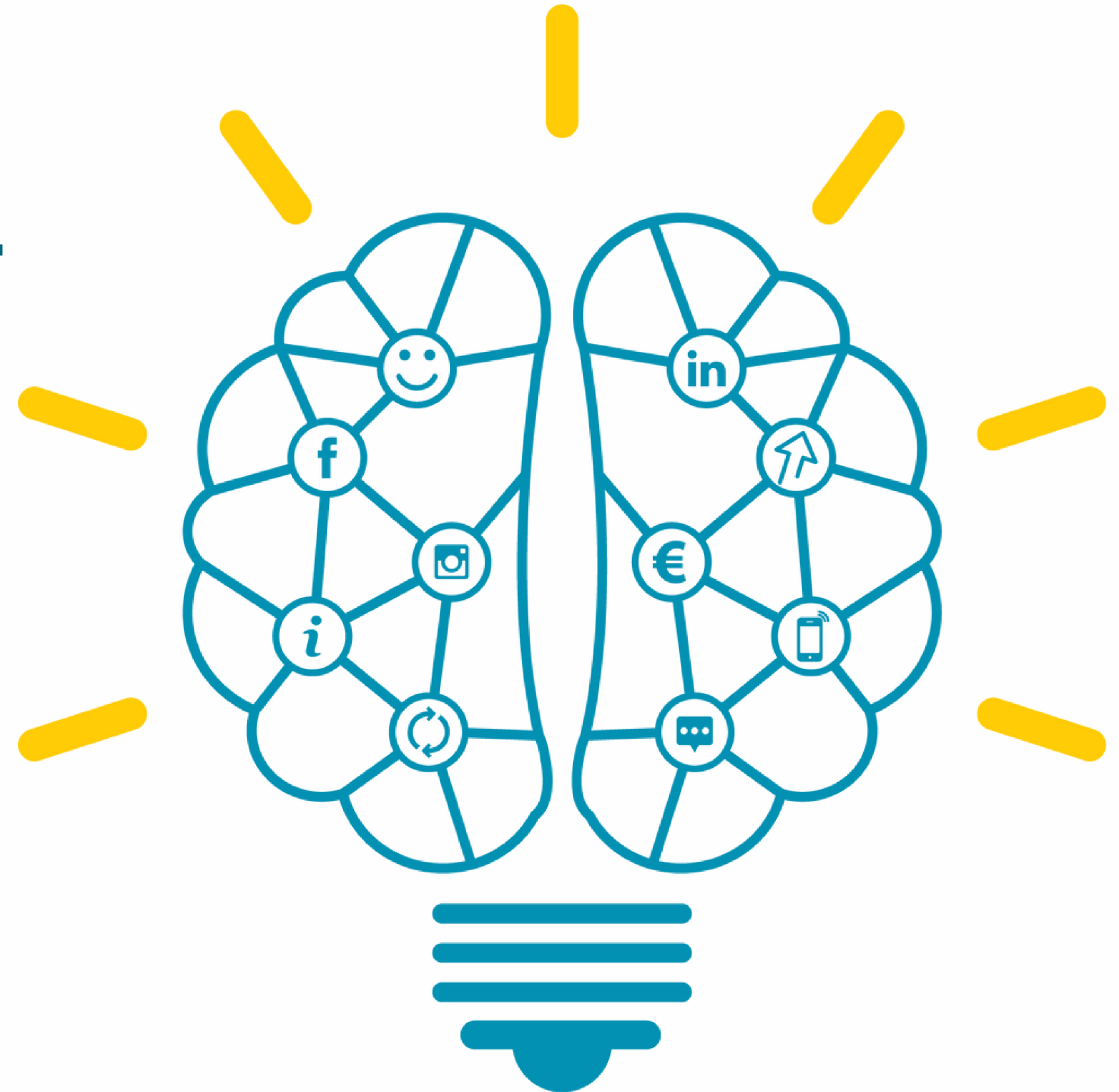




De kracht van Storytelling:

**WE SLAAN INFORMATIE OP  
IN DE VORM VAN VERHALEN**

- **Het lezen van een verhaal activeert 7 delen in je brein.**
- **Het lezen van feiten en getallen maar 2.**

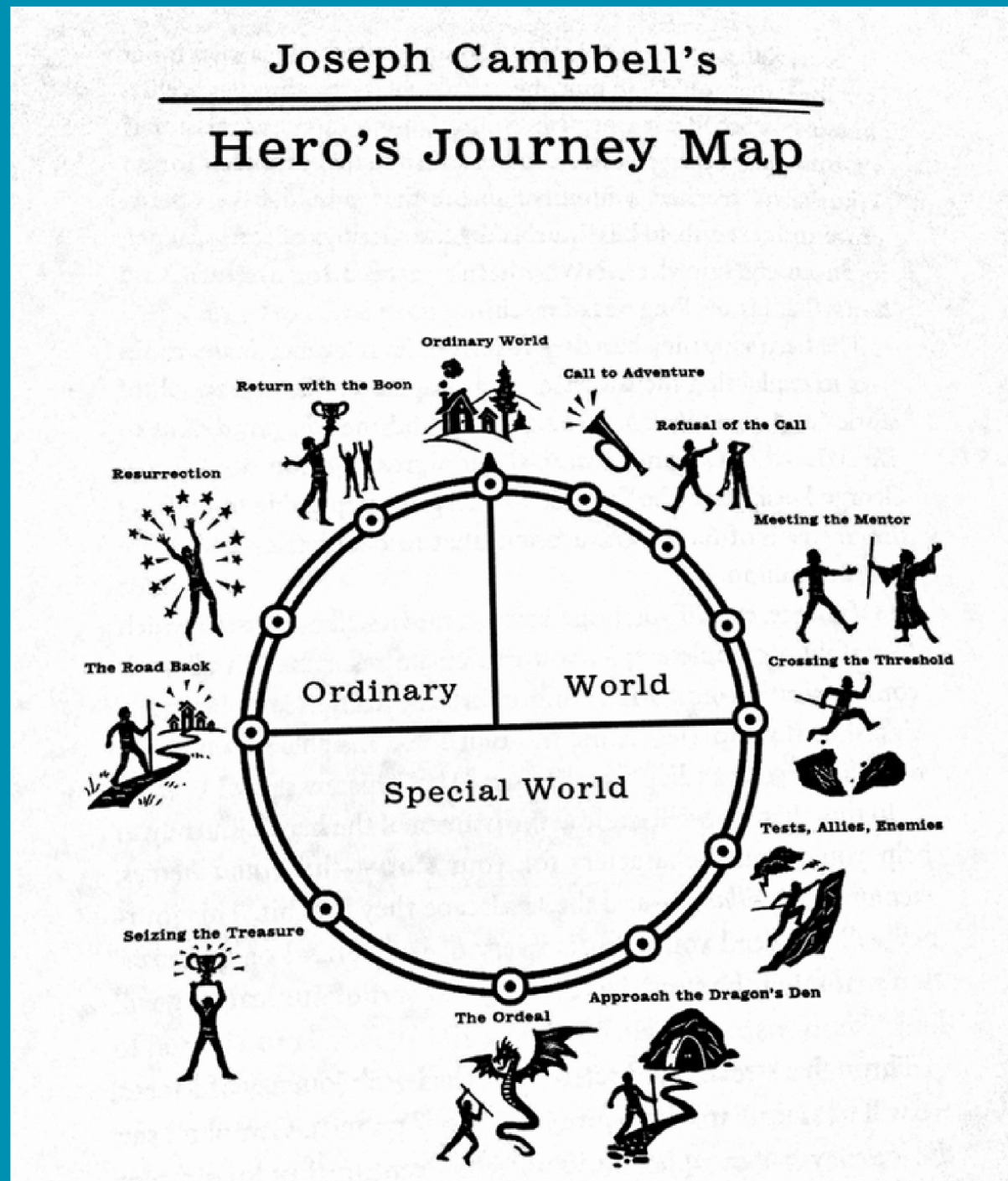


**STORYTELLING IS JE  
BOODSCHAP  
VERPAKKEN IN EEN  
VERHAAL**



# Hoe vertel je een goed verhaal?

Vergeet de customer journey, ontdek de reis van de held.





## Hoe vertel je een goed verhaal?

- **GEBRUIK BEELDEN**
- **VERTEL ANEKDOTES/ QUOTES**
- **DEEL JE LESSEN EN ERVARINGEN**
- **GEBRUIK BEELDSPRAAK/SYMBOLLEN**
- **ZET PERSONAGES IN**
- **OMSCHRIJF DE OMGEVING**

# CONCLUSIE

Communiceer in daden en feiten in plaats van beloftes.

Vertel het verhaal achter de data en feiten, gebruik beelden, vertel anekdotes/quotes, deel je lessen en ervaringen en gebruik beeldspraak.

**HOE GEBRUIK JE LEAN &  
GREEN IN JOUW VERHAAL?**



**MY DATAAAA**

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
		0-meting										
<b>Jaar</b>		<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	
<b>Brandstof</b>												<b>Emissiefactor diesel</b>
Totaal liters diesel EIGEN WIELEN		200000	200000	200000	200000	240000	250000	250000	240000	215000	240000	3,262
Totaal liters HVO EIGEN WIELEN									10000	20000	35000	0,314
<b>Volume</b>												<b>In/uit scope</b>
Transport volume A		40000	41000	42000	43000	50000	55000	60000	61000	65000	80000	In
Transport volume B												In
Transport volume C												In
<b>Scope</b>												
Totaal volume		40000	41000	42000	43000	50000	55000	60000	61000	65000	80000	
Volume in scope		40000	41000	42000	43000	50000	55000	60000	61000	65000	80000	
SCOPE		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	
<b>Energieverbruik warehouse</b>												
Electra kwh GRIJS		5000	5000	5000	5000	5000						
Electra kwh GROEN							5000	5000	5000	5000	5000	
Gas Nm3		500	500	500	500	500	500	500				
<b>CO2 uitstoot totaal</b>												
kgCO2 Diesel EIGEN WIELEN		652400	652400	652400	652400	782880	815500	815500	782880	701330	782880	
kgCO2 HVO EIGEN WIELEN		0	0	0	0	0	0	0	3140	6280	10990	
kgCO2 Warehouse		3722	3722	3722	3722	3722	942	942	0	0	0	
Totaal kgCO2		656122	656122	656122	656122	786602	816442	816442	786020	707610	793870	
<b>CO2 reductie berekening</b>												
CO2.eenheid		16,40	16,00	15,62	15,26	15,73	14,84	13,61	12,89	10,89	9,92	
Reductie		0-meting	2%	5%	7%	4%	10%	17%	21%	34%	40%	



**VERTEL HET VERHAAL  
ACHTER DE DATA**



# SAMENVATTING

Duurzaamheid is geen beschermde term. Dit kan leiden tot misleiding, ook als je het niet zo bedoeld.



Dit kan leiden tot greenwashing. De schade hiervan is groot voor bedrijven.



Dus: definieer duurzaamheid voor je eigen bedrijf. De basis hiervan moet feitelijk zijn. Data is hiervoor cruciaal.



Gebruik de 5 vuistregels.



Duik in je Lean & Green dashboard.



Storytelling: vertel het verhaal achter de data en feiten, gebruik beelden, vertel anekdotes/quotes, deel je lessen en ervaringen en gebruik beeldspraak.