

Welkom in Dome 6

COMMUNICEREN OVER DUURZAAMHEID

Start 14.15u en 15.45u





Deike Robotta

**Sustainability
Communication
Consultant**

The Terrace



Ralph Kruijssen

**Creative
Director**

The Terrace



Bas Maier

Manager MKB

MVO Nederland



Certified



Corporation

BREAKOUT SESSIE

Communiceren over duurzaamheid

Ralph Kruijssen & Deike Robotta
MVO Nederland Dag voor DoenDenkers
5 Juni 2025

theterrace
the agency for positive change

Wie zijn jullie?

Wie houdt zich meer dan 50% van de tijd bezig met communicatie?

Wie zijn jullie?

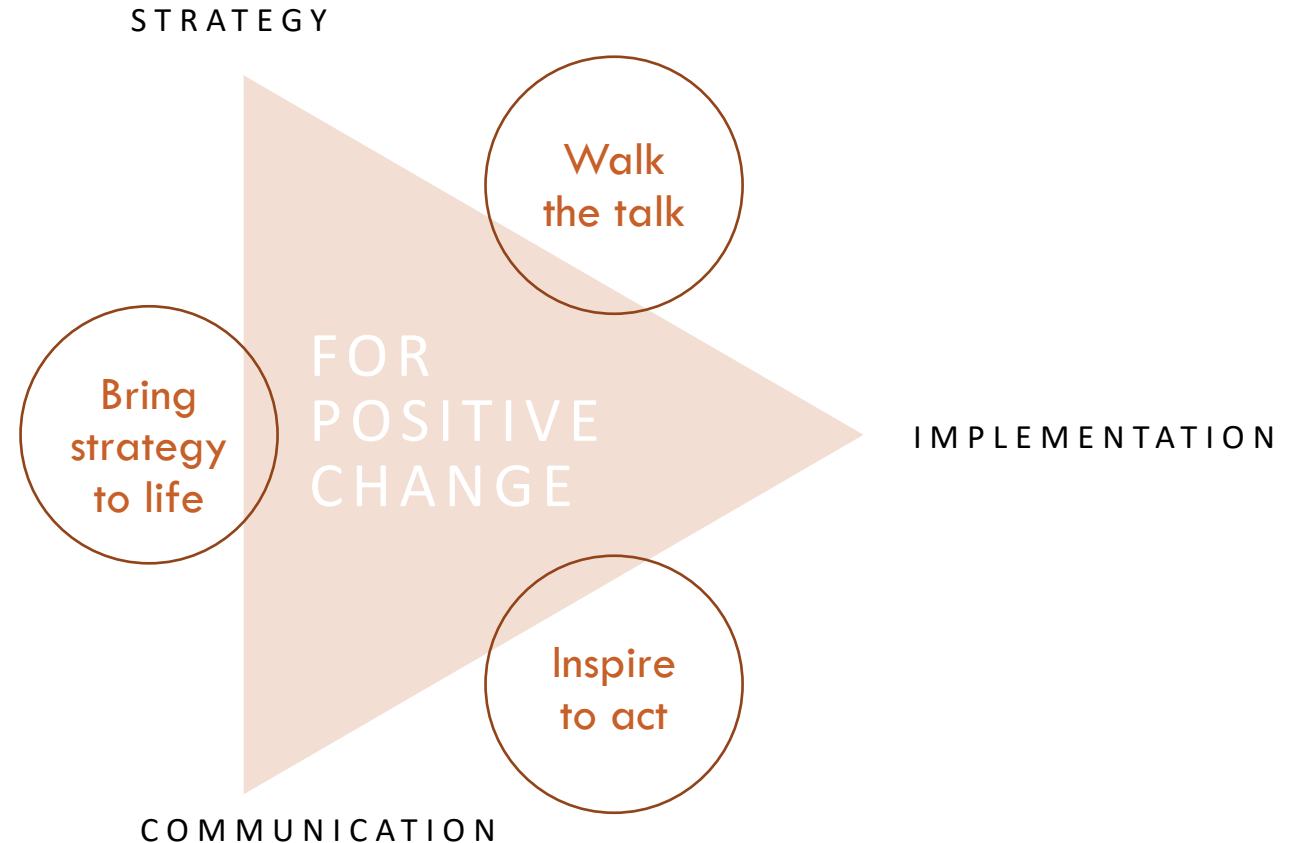
Wie werkt voor een organisatie met een
duidelijke duurzaamheidsstrategie?

Wie zijn jullie?

Wie voelt zich al comfortabel om over duurzaamheid te communiceren?

Wij zijn The Terrace

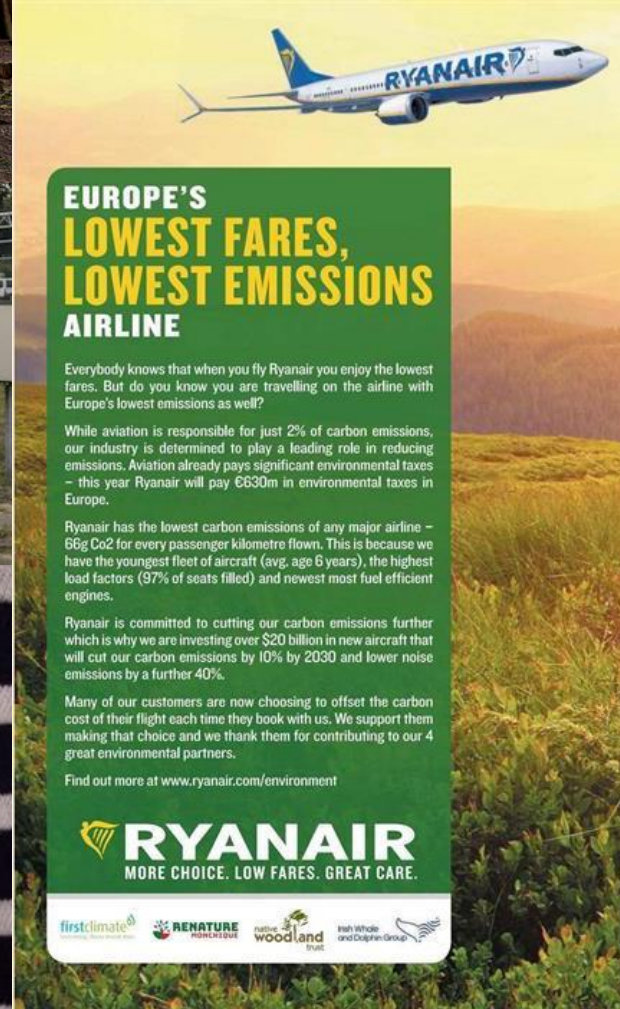
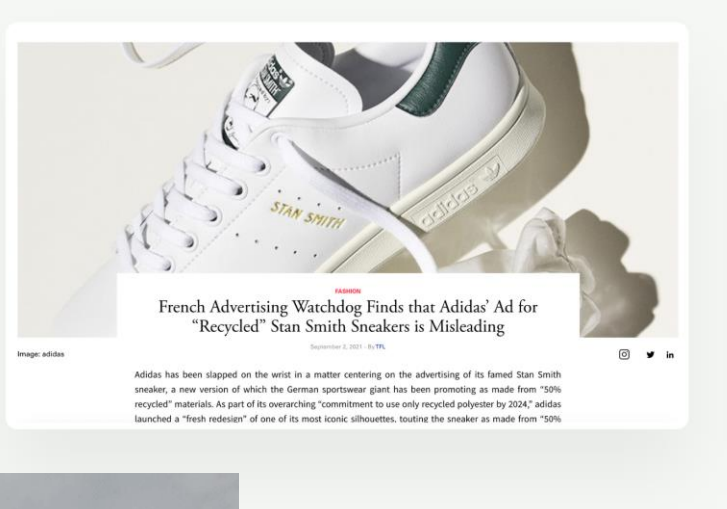
We combineren
duurzaamheidsadvies met
creatieve communicatie om
positieve impact te maken





Waarom zit je in deze break-out sessie?

Wat zijn je grootste uitdagingen in het
communiceren over duurzaamheid?



Hoe communiceer je wel over duurzaamheid?

De uitdagingen van duurzaamheidscommunicatie

1

Uit een EU-enquête in 2020 bleek dat **53%** van de duurzaamheids-claims **'vaag, misleidend of ongefundeerd'** was, terwijl 40% überhaupt niet onderbouwd was.

2

Door overgebruik zijn consumenten gewend geraakt aan termen als **'milieuvriendelijk', 'eco'** of **'duurzaam'**.

3

Er worden in totaal ongeveer **230 verschillende duurzaamheidslabels** gebruikt in 27 landen. Dit leidt tot verwarring en wantrouwen.

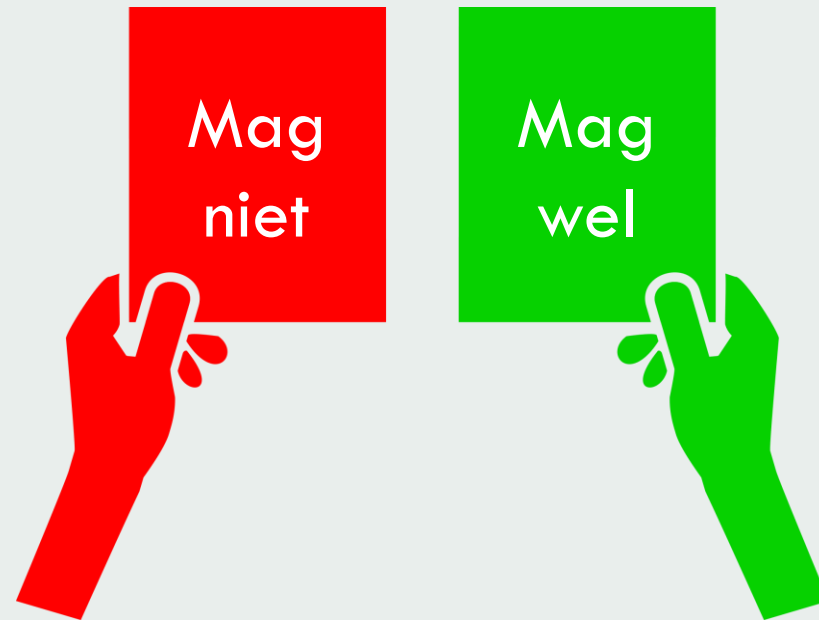
Regelgeving voor duurzaamheidscommunicatie

Regelgeving	Toelichting	Status
Unfair Commercial Practice Directive (UCPD)	Consumenten worden beschermd tegen misleidende (vrijwillige) duurzaamheidsclaims.	Al actief.
Empowering Consumers for the Green Transition Directive (ECGT)	Aanvulling op UCPD, met nieuwe regels voor labels en algemene milieuclaims.	Aangenomen, maar moet nog omgezet worden in nationale wetgeving.
Green Claims Directive (GCD)	Nieuwe regelgeving over milieuciais en labels, met verplichte externe verificatie van claims.	Nog niet aangenomen, in eindfase van onderhandelingen. Verwacht in werking te treden eind 2026/begin 2027.



Quiz

Mag dat?



TROTS OP ONZE NIEUWE STERKE START YOGHURT

Al 150 jaar maken we de lekkerste Campina producten.
Daarom trakteren we vandaag in heel Nederland!



150
jaar

Samen met onze boeren en medewerkers delen we vandaag in heel Nederland onze nieuwe Campina Sterke Start yoghurt uit.



Deze yoghurt is van nature rijk aan proteïne en helpt je bij een sterke start van de dag. Heb jij 'm al geproefd?

Mag
niet

Mag
wel

t



Kies ons. Wij zijn niet nieuw en daar zijn we trots op.

Deze flessen zijn gemaakt van 100% gerecycled plastic*

INITIATIEF VAN
Coca-Cola
in Nederland

***Excl. dop en etiket. Deze zijn wel 100% recyclebaar.**

© 2021 The Coca-Cola Company. Coca-Cola, Coca-Cola zero, the Coca-Cola script logo, Sprite and Fanta are registered trademarks of The Coca-Cola Company. Fuzetea is a registered trademark of OP Beverages. Chaudfontaine is a registered trademark of MMJ.

Mag
niet

Mag
wel



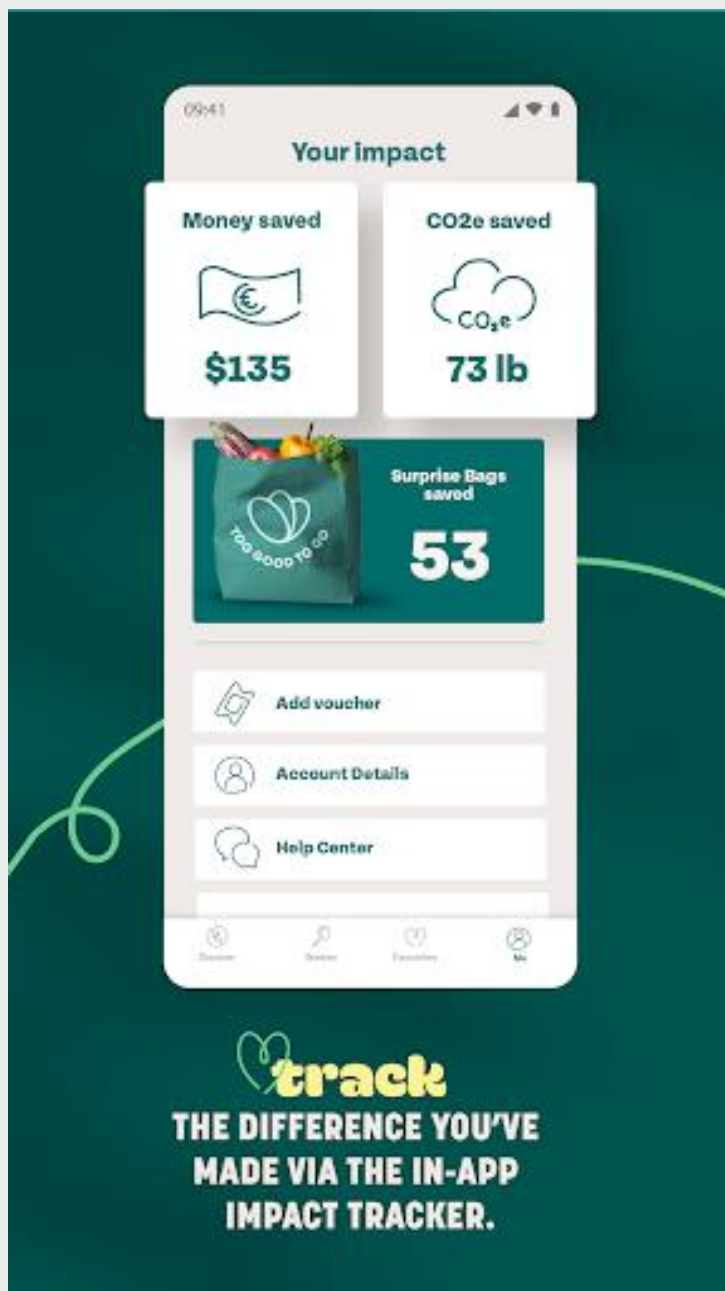
Mag
niet

Mag
wel



Mag
niet

Mag
wel





Be a hero, fly
CO₂ZERO

Mag
niet

Mag
wel

Waarom duurzaamheidscommunicatie?

Mensen in beweging brengen om de nodige verandering te versnellen





Principes voor duurzaamheidscommunicatie

Zo wordt jouw duurzaamheidsverhaal
geloofd én gevoeld

1.
**Gebruik ego motieven
om eco gedrag te bereiken**



5%

vs.

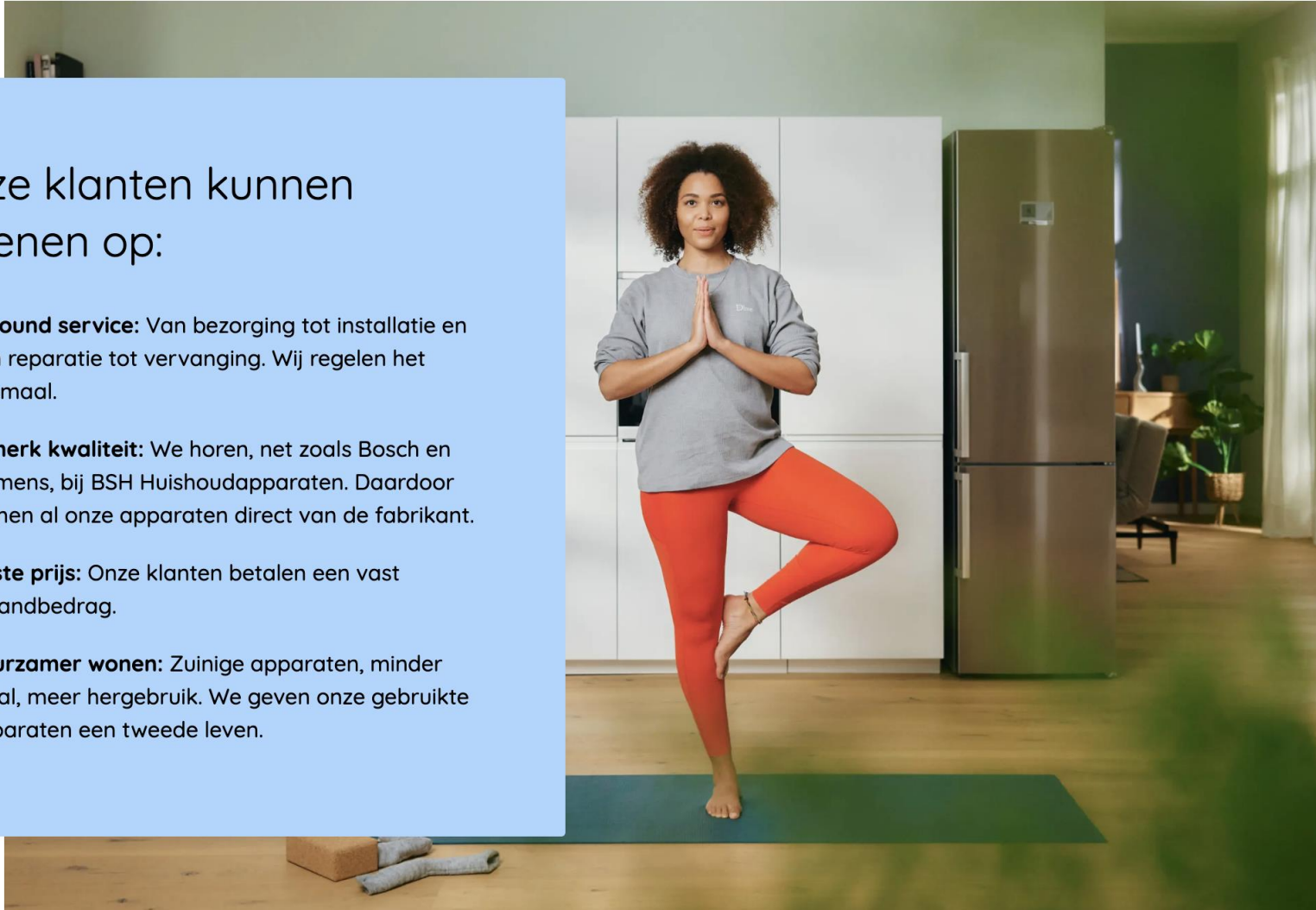


95%

Vind de meest effectieve manier om jouw doel te bereiken

Onze klanten kunnen rekenen op:

- ✓ **Allround service:** Van bezorging tot installatie en van reparatie tot vervanging. Wij regelen het allemaal.
- ✓ **A-merk kwaliteit:** We horen, net zoals Bosch en Siemens, bij BSH Huishoudapparaten. Daardoor komen al onze apparaten direct van de fabrikant.
- ✓ **Vaste prijs:** Onze klanten betalen een vast maandbedrag.
- ✓ **Duurzamer wonen:** Zuinige apparaten, minder afval, meer hergebruik. We geven onze gebruikte apparaten een tweede leven.



 **BlueMovement**

Powered by  **BOSCH**



2.
**Spreek de taal
van je doelgroep**



Te verliezen

>



Te winnen

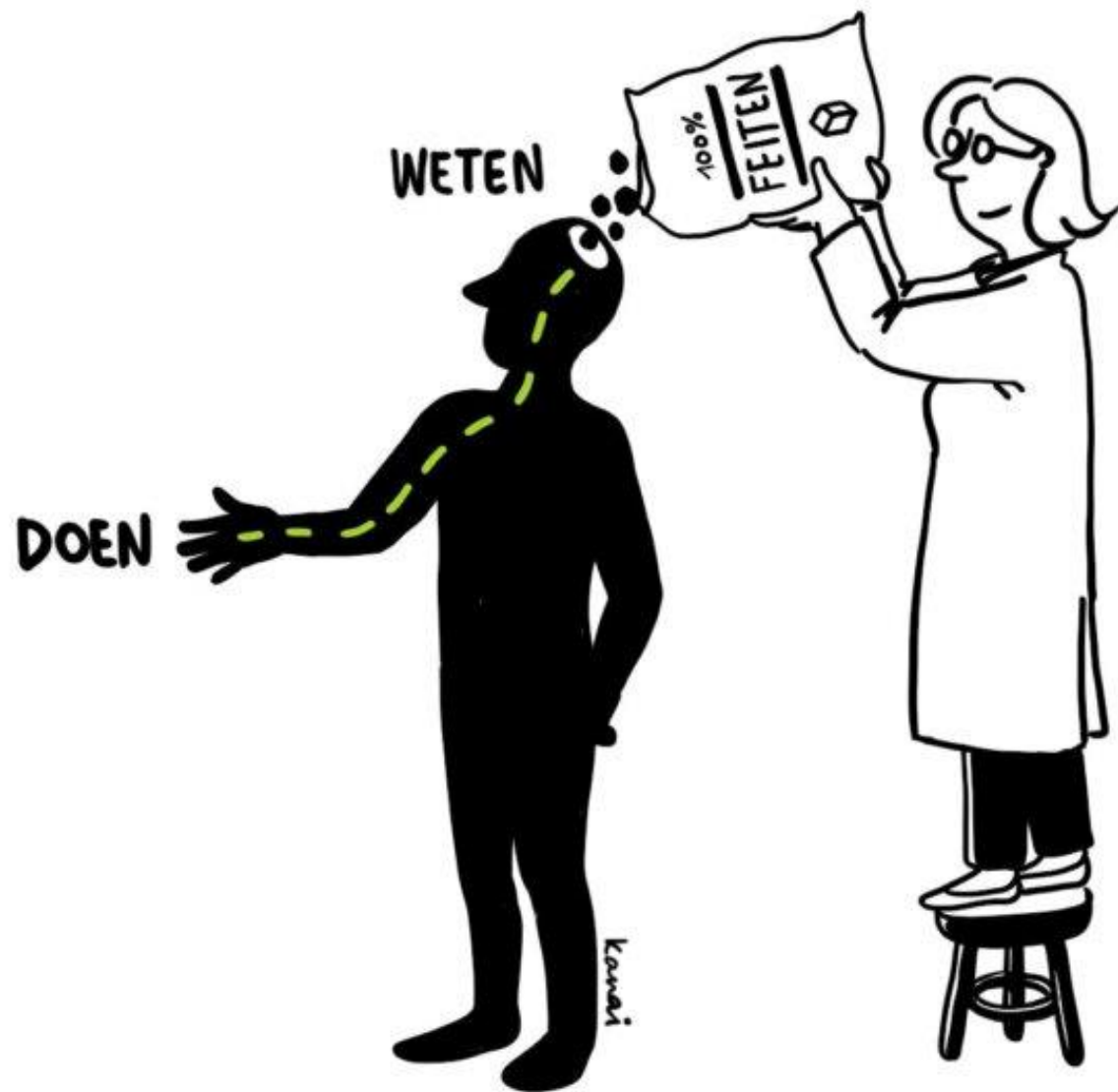
BURGER
KING

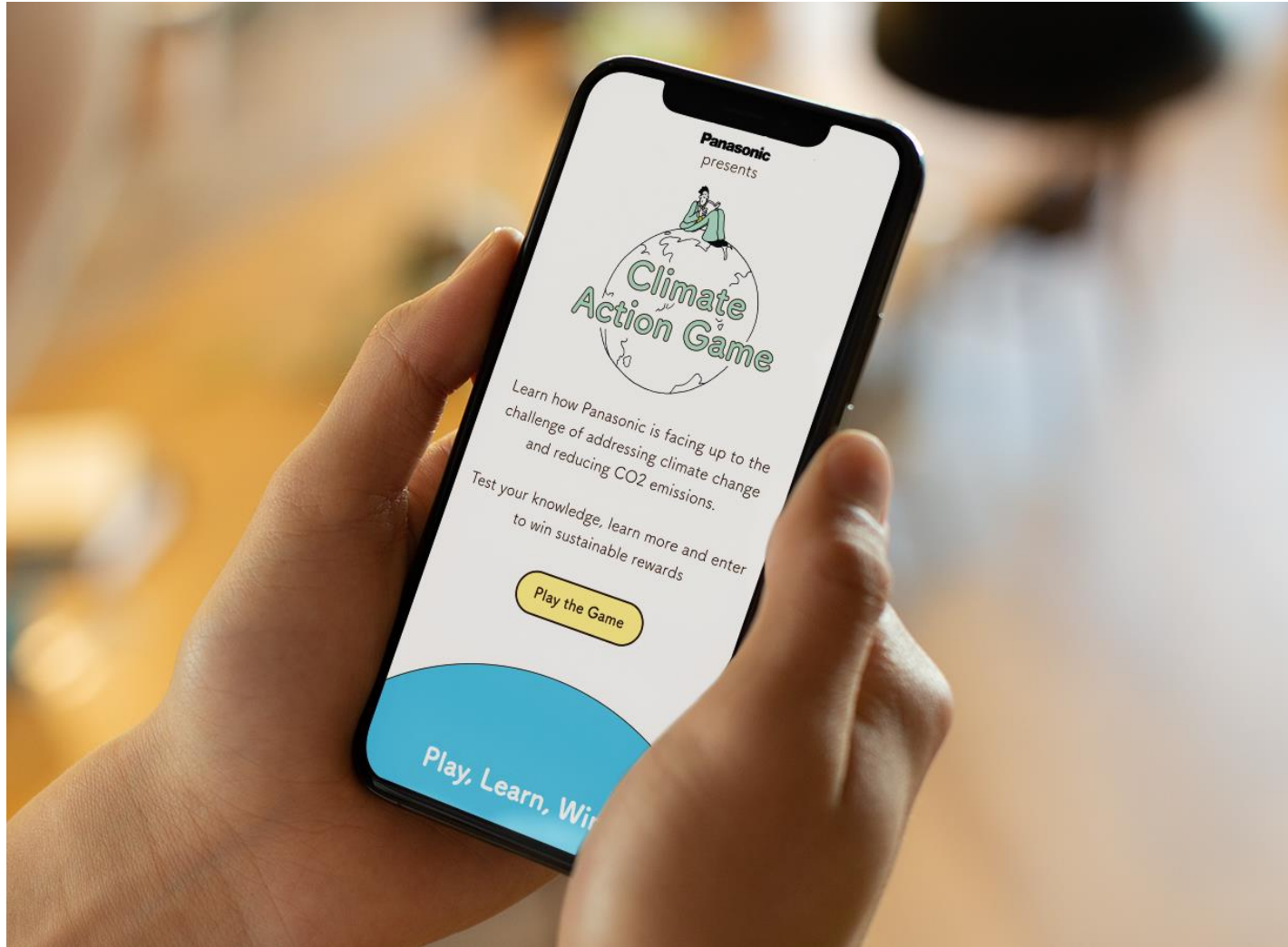
100%
WHOPPER[®]
0% BEEF

IMPOSSIBLE[™]
WHOPP=ER[®]
flame-grilled to perfection

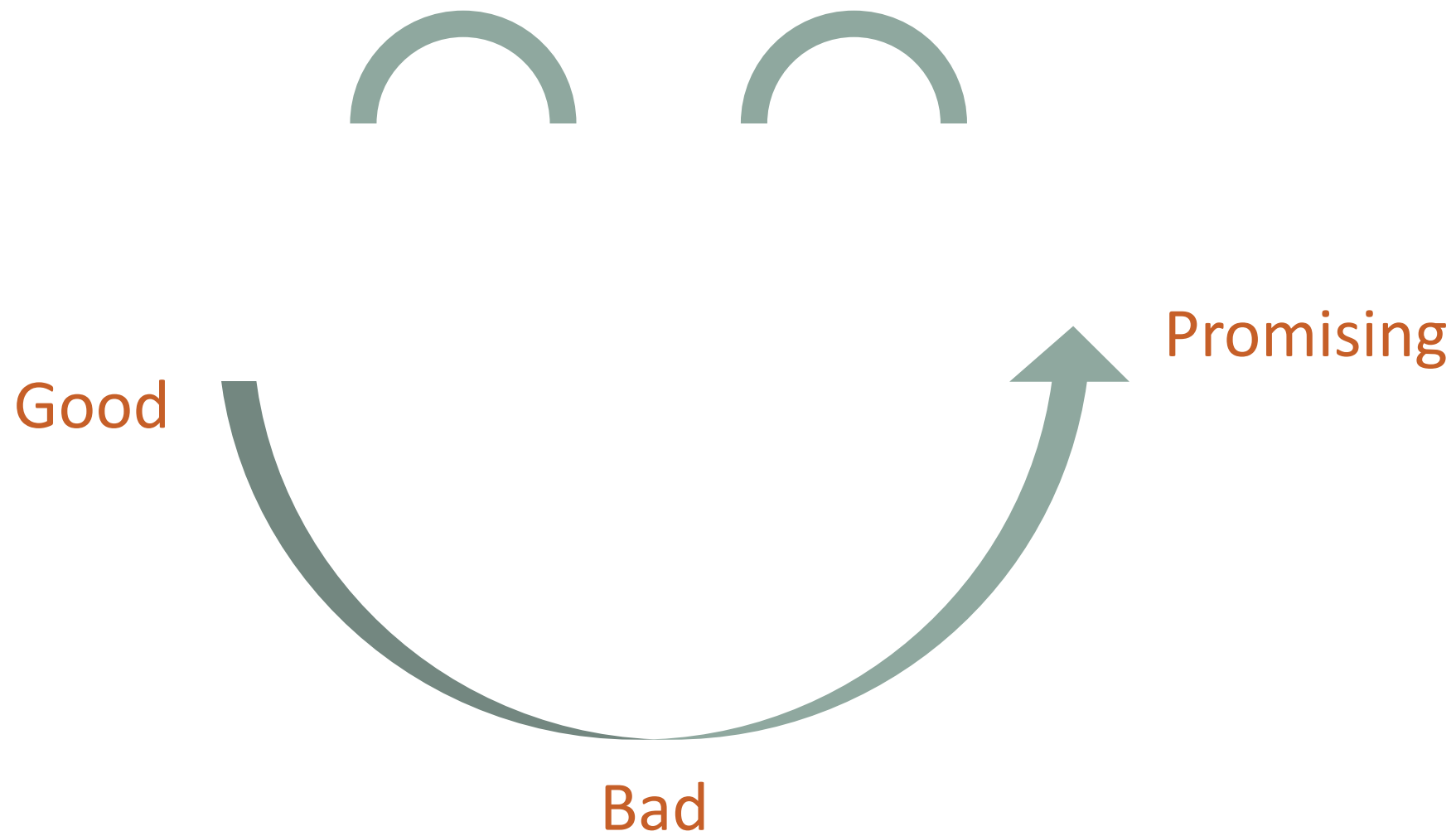


**3.
Inspiratie
voor informatie**





4.
**The good, the bad
and the promising**





SUSTAINABILITY

Brutal honesty: the new look sustainable marketing

Brands are admitting their flaws and eschewing the “sustainable” label in a bid to build consumer trust and forgiveness. It’s radical transparency pushed further. Here’s how to get it right.

BY BELLA WEBB

September 23, 2021

**5.
Maak duurzaamheid eigen**

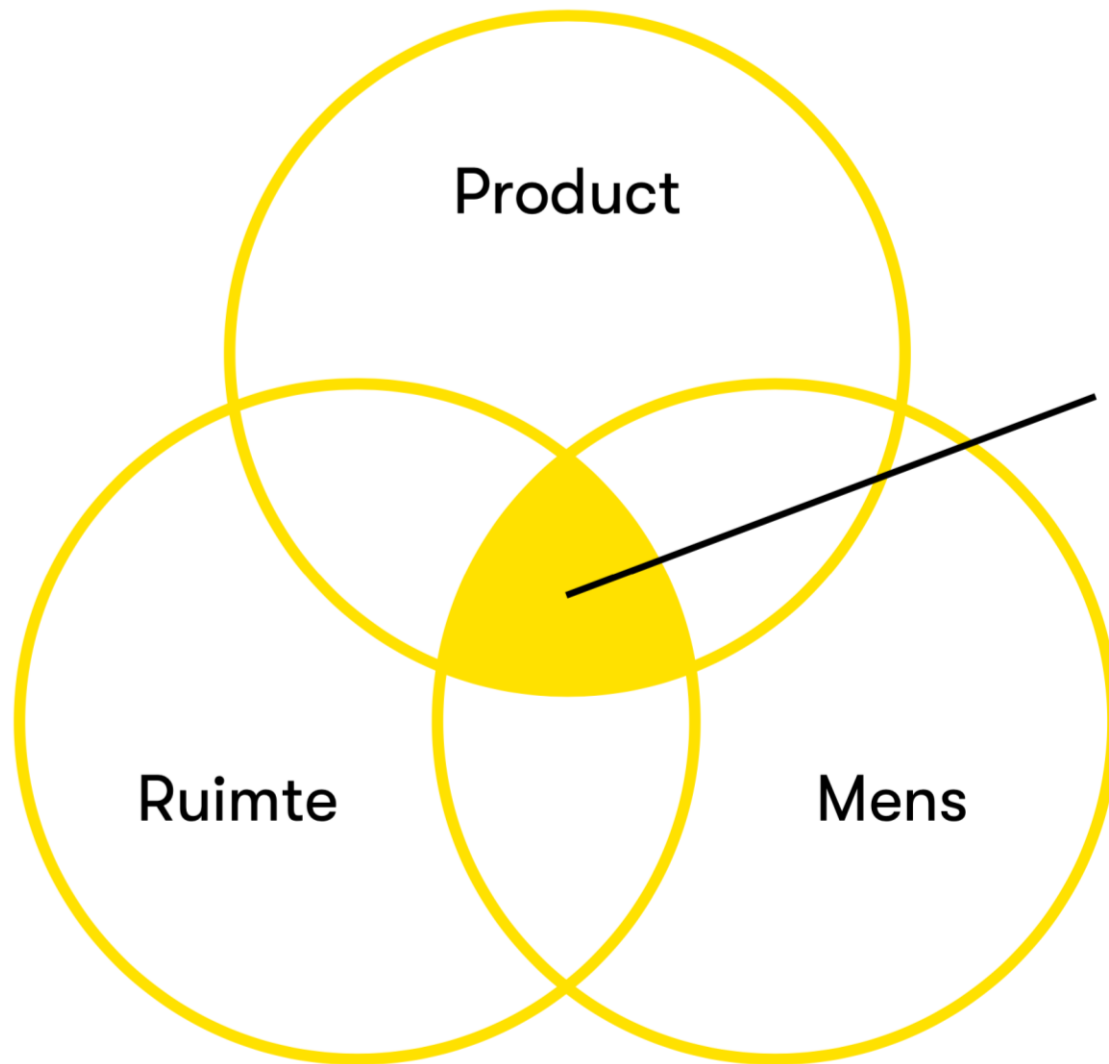
Wij zijn
duurzaam



Dit is wat je
aan ons hebt

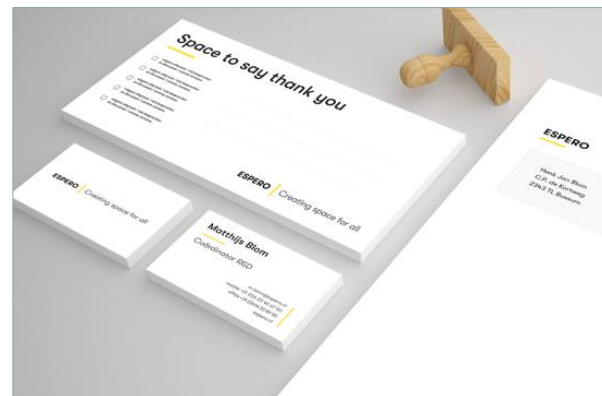
Relevant vanuit jouw
unieke en eigen rol,
hier en nu.

ESPERO



Creating space for all

ESPERO | Creating space for all



ESPERO

Menu

Let's create space

Function, form and sustainability. These are the three pillars of Espero, designer and manufacturer of moveable wall systems with international allure.

Take a look at our movable wall systems

6.
**Bepaal jouw stip
op de horizon**

*"Be the change you wish
to see in the world."*







**Download de 6 principes voor
duurzaamheidscommunicatie**



An aerial photograph of a lush green landscape featuring terraced rice fields carved into a hillside. A small waterfall cascades down a rocky ledge on the left side of the image. The terraces are filled with vibrant green rice plants, and the surrounding forest is dense and verdant.

Certified



Corporation

**Bedankt voor het bijwonen van deze
break-out sessie!**

theterrace



Deike Robotta

**Sustainability
Communication
Consultant**

The Terrace



Ralph Kruijssen

**Creative
Director**

The Terrace



Bas Maier

Manager MKB

MVO Nederland

**Veel plezier bij je
volgende break-out!**

Tweede ronde start om 15.45u