

VERANTWOORD COMMUNICEREN

Deze praktische fiche wil antwoord geven op de vraag:

« Hoe kunnen we communicatiemedià duurzamer maken?»

U vindt in dit document praktisch advies voor grafische diensten, drukwerk en digitale diensten.

Een paar basisprincipes

- Kies uw communicatiemedium in functie van uw doelgroep, uw sector, uw doelstellingen en uw budget.

Denk aan ecologie van bij het begin. Het grootste deel van de milieu-impact van een communicatiemedium

- kunt u vermijden in de ontwerpfase.

- Verleng de levensduur van de gecommuniceerde inhoud.
- Beperk het gebruik van inkt en gebruik lettertypes die weinig inkt verbruiken.

Voor digitale communicatie:

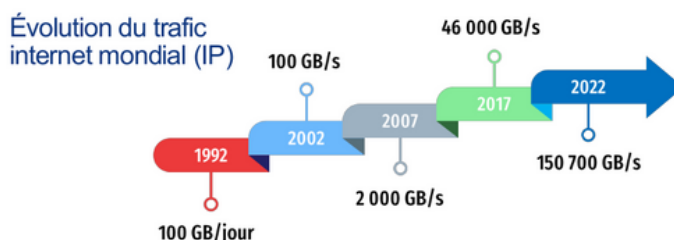
- - Gebruik zo weinig mogelijk video.
 - Anticipeer op geplande veroudering.
 - Denk aan digitale toegankelijkheid.
- Voor communicatie op papier:
- Vraag gerecycleerd papier → met het label Blauwe Engel, FSC recycled of PEFC-gerecycleerd.
 - Vraag voor inkt naar alcoholvrije inkt op plantaardige basis, die geen zware metalen bevat.
 - Vraag om geherconditioneerde toners, vernis en lak op waterbasis, lijm zonder oplosmiddelen en op waterbasis.

- We leggen hieronder in detail uit waarom!

1. Context en problematiek

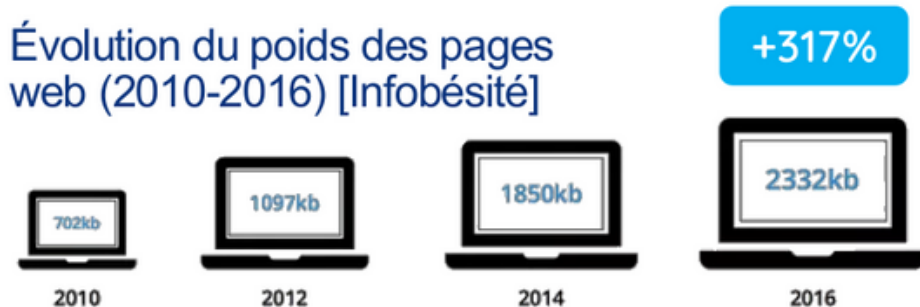
In een wereld die zich meer en meer bewust wordt van de milieuproblematiek, is de keuze tussen papier en digitaal voor communicatie- en marketingactiviteiten een belangrijke vraag. Maar is digitaal echt milieuvriendelijker dan papier?

We constateren dat digitale technologie steeds meer gegevens krijgt te verwerken.



VERANTWOORD COMMUNICEREN

In deze grafiek kunt u de evolutie zien: van 100 GB dagelijks wereldwijd internetverkeer in 1992 zijn we geëvolueerd naar 150.700 GB wereldwijd internetverkeer per seconde in 2022.



Het gewicht van webpagina's is ook enorm toegenomen: van 702 kb in 2010 ging het naar 2332 kb in 2016. Dat is een stijging van 317 %!

Hoewel digitaal op het eerste gezicht schoner lijkt dan papier, moeten we erkennen dat de impact ervan op het klimaat en het milieu aanzienlijk is, en wel op 3 niveaus.

Ten eerste verbruiken datacenters, die onze digitale gegevens opslaan en verwerken, veel energie. In deze energiebehoefte wordt vaak voorzien door niet-hernieuwbare bronnen, wat bijdraagt aan de uitstoot van broeikasgassen. Die vraag naar energie om digitale datacenters van stroom te voorzien blijft constant groeien. Dus het gebruik van fossiele brandstoffen ook, met opnieuw meer uitstoot van broeikasgassen.

Ten tweede genereert de productie en frequente vervanging van elektronische apparaten, zoals smartphones en computers, enorme hoeveelheden elektronisch afval. Voor de productie ervan zijn kostbare natuurlijke hulpbronnen nodig, zoals zeldzame metalen, die intensief worden gewonnen. Daardoor lijden ecosystemen schade. Verouderde apparaten, die vaak worden weggegooid, dragen bij aan bergen elektronisch afval die niet worden gerecycleerd. Dit afval bevat giftige stoffen die bodem en waterwegen kunnen verontreinigen. Elk jaar stapelt zich ongeveer 2 miljoen ton elektronisch afval op (1).

Ten derde heeft ook het gedrag van internetgebruikers een aanzienlijke impact. Een e-mail versturen genereert bijvoorbeeld 0,3 g CO₂. Wereldwijd worden er dagelijks bijna 294 miljard e-mails uitgewisseld. Veel schijnbaar onschuldige handelingen, zoals kijken naar streaming video's, videoconferenties voeren of 4G gebruiken, genereren een aanzienlijke CO₂-uitstoot.



Goed om te weten

In de datastromen vertegenwoordigt video 80% van het totale volume.

Neem voor meer informatie over digitale technologie contact op met ISIT (het Belgisch Instituut voor Verantwoorde Digitale Technologie).

(1) <https://www.easycom.fr/blog/papier-vs-numerique/>

VERANTWOORD COMMUNICEREN

Wat de papierindustrie betreft, deze is erg belangrijk in Europa. Ze verbruikt veel energie en materialen, en een aanzienlijk deel van de industriële bosbouwproductie gaat naar deze industrie. Ze is ook de grootste energieverbruiker na de petrochemische industrie.

Omdat water een essentieel ingrediënt is om pulp te maken en onzuiverheden te verwijderen, is ook het waterverbruik heel hoog. Raadpleeg voor meer informatie onze praktische fiche over papier.

Het is daarom van vitaal belang om het juiste type communicatie te kiezen en de impact op het milieu zo veel mogelijk te beperken.

2. Om te beginnen: de basisregels

Welk communicatiemedium?

Een bedrijf gebruikt verschillende communicatiekanalen om een boodschap over te brengen aan zijn doelpubliek. Dit kan mediacommunicatie zijn (pers, radio, televisie) of niet-mediacommunicatie (catalogus, website, reclame, folders, nieuwsbrief, e-mail, ...). Er zijn enorm veel communicatiekanalen. Maar hoe kiest u de meest geschikte?

Hiervoor zijn 4 vragen cruciaal.

1. Welk communicatiemedium voor mijn publiek?

→ De keuze van het communicatiemedium hangt vooral af van de doelgroep.

Stel uzelf de volgende vragen:

Wat is het typische profiel van mijn publiek? Wat zijn hun gewoonten op het gebied van informatie? Moet mijn boodschap formeel of informeel zijn? Is interactiviteit met mijn doelgroep noodzakelijk?

2. Welk communicatiemedium in mijn sector?

Weet u welke communicatiemediagebruikelijk zijn in uw sector?

Bent u op de hoogte van communicatietrends in uw werkgebied?

Natuurlijk belet niets u om u te onderscheiden van de massa. Het is echter essentieel om dit intelligent aan te pakken en uw communicatiedoelstellingen aan te passen. In elk geval is het noodzakelijk u een marktstudie uitvoeren om beter te begrijpen wat "werkt" in uw sector.



VERANTWOORD COMMUNICEREN

3. Wat zijn mijn communicatiedoelstellingen?



Wat zijn de doelstellingen van mijn communicatiestrategie?

Volgen mijn communicatiedoelstellingen dezelfde lijn als de doelstellingen van mijn bedrijf?

Nadenken over doelstellingen is een belangrijke stap in de communicatiestrategie. Met een nieuwsbrief kunt u uw nieuws bekendmaken, maar deze zal minder effectief zijn in het creëren van een community.

4. Wat is het budget voor het implementeren van de communicatiestrategie?

Een tv-reclamespot, een video op Youtube, een nieuwsbrief via Mailchimp of flyers hebben niet hetzelfde budget nodig.

Het is essentieel om het budget te bepalen waarmee u uw communicatiestrategie in de praktijk kunt brengen.

Hoe kiest u tussen papieren en papierloze communicatie?



Hoewel u aan de hand van een algemene levenscyclusanalyse de verschillende oplossingen kunt vergelijken en een goed beeld kunt krijgen van de juiste keuze, wordt algemeen aangenomen dat het communicatiemedium best wordt aangepast aan de duur van het gebruik of de opslag van het document.

Als het document bijvoorbeeld in 2 tot 3 minuten per pagina wordt geraadpleegd (zoals in het geval van een nieuwsbrief), is het raadzaam te overwegen het op een scherm te presenteren. Maar als de lezer meer dan 2 tot 3 minuten op een pagina blijft, zoals bij een brochure, catalogus of magazine, is het raadzaam om het document af te drukken.

→ Hoe langer de levensduur van de informatie, hoe geschikter papier is als drager. Houd echter altijd rekening met uw doelgroep.

Met andere woorden: als uw communicatie gericht is op een publiek dat gewend is aan papieren media, zelfs als de gebruiksduur minder dan 3 minuten is, is het raadzaam om papier te gebruiken om het doel van uw communicatie te bereiken. Aan de andere kant, zelfs als de gebruiksduur meer dan 3 minuten bedraagt, maar uw communicatie gericht is op een publiek dat gewend is aan bijna 100% digitale media, moet de communicatie bij voorkeur digitaal worden geproduceerd.

VERANTWOORD COMMUNICEREN

Denk aan ecologie van bij de ontwerpfase

ISO 14006 définit le design écologique comme « une approche méthodique qui tient compte des aspects environnementaux du processus de conception et de développement avec pour objectif de réduire les effets négatifs sur l'environnement tout au long du cycle de vie d'un produit à réduire ». (2). En d'autres termes, l'objectif du design écologique est un service ou un produit qui répond à un besoin fonctionnel et qui a un impact environnemental moindre.

Stel uzelf de volgende vragen... Is het digitale product of de digitale dienst ...

► Nuttig?

- Voorbeeld: het moet voorzien in een echte behoefte en toegevoegde waarde bieden voor de gebruiker. Het moet ontworpen zijn volgens de motivaties en verwachtingen en reële behoeften van de gebruiker.

► Bruikbaar?

- Voorbeeld: het moet gemakkelijk te gebruiken en te begrijpen zijn voor gebruikers, zelfs zonder specifieke opleiding. Bij het ontwerp moet rekening worden gehouden met de vaardigheden, kennis en gewoonten van gebruikers. Een duidelijke en intuïtieve gebruikersinterface, eenvoudige menu's, zelfverklarende knoppen ...

► Wordt het gebruikt?

- Voorbeeld: het moet daadwerkelijk worden gebruikt, voldoen aan de behoeften van de gebruikers en samen met hen getest worden, om er zeker van te zijn dat het aangepast is aan hun behoeften en dat het regelmatig wordt gebruikt.

Vergeet ook deze gouden regels niet ...

- Hou het eenvoudig
- Hou het sober (ecodesign)
- Hou het toegankelijk
- Denk aan ethiek (AVG, dark pattern)

De grootste impact van een communicatiemedium op het milieu kunt u vermijden in de ontwerpfase.

Het is daarom essentieel om uw grafisch ontwerper of webmaster duidelijke richtlijnen te geven om ervoor te zorgen dat uw communicatie ecologisch wordt ontworpen.

Daarvoor moet u duidelijk uw doelstellingen bepalen: wie is het doelpubliek, wat zijn mijn behoeften, hoeveel hergebruik verwacht ik, wat is de levensduur van de informatie die wordt gecommuniceerd, wat zijn mijn prioriteiten, hoe zal mijn communicatie worden gedistribueerd en hoe zie ik het einde van de levensduur?

Afhankelijk van de antwoorden, zult u niet noodzakelijk dezelfde coderingstechnieken (voor digitale diensten) of dezelfde materialen (voor papieren communicatie) kiezen: Forex, MDF, stickers, papier, metalen platen, enz.

(2) Bron : <https://www.eco-conception.fr/static/definition-de-leco-conception.html>

VERANTWOORD COMMUNICEREN

3. Een paar tips voor verantwoord grafisch ontwerp

1 Verleng de levensduur van uw communicatie.

Om dit te doen, moet u op lange termijn nadenken over de inhoud.

- gebruik "Sinds 2014" in plaats van "Sedert 10 jaar".
- vermijd verwijzingen naar de actualiteit.
- kies voor tijdloze afbeeldingen.
- kies voor herbruikbare materialen van goede kwaliteit.

2 Beperk het gebruik van inkt.

- Creëer afbeeldingen die minder inkt verbruiken.
- Gebruik de textuur van een specifiek papier (direct printen) in plaats van een volledige vierkleurendruk die veel inkt nodig heeft.
- Gebruik gekleurde inkt op een witte achtergrond en beperk het gebruik van effen kleuren zoveel mogelijk.
- Welke kleur u ook weergeeft, beperk het inkten tot 100%.



3 Gebruik lettertypes die weinig inkt verbruiken

Het doel is hier om de grootte en het gewicht van het lettertype aan te passen en de juiste ruimte tussen de letters te laten om de impact op het milieu te verminderen.



Van de lichtste klassieke lettertypes springt Garamond eruit als de meest milieuvriendelijke door zijn slankheid en spatiëring. Andere aanbevolen opties:

- Times New Roman
- Century Gothic
- Cambria
- Calibri

Er zijn ook eco-lettertypes die het inktverbruik tot 50 % kunnen verminderen in vergelijking met hun conventionele tegenhangers. Deze lettertypes creëren subtiele 'gaatjes' in de letters, onzichtbaar voor het blote oog wanneer ze worden afgedrukt.

De eerste opmerkelijke eco-typografie is EcoFont (of Spranq EcoFont), dat een aanzienlijke hoeveelheid inkt bespaart dankzij kleine witte gaatjes die de letters opvullen. Deze gaatjes blijven onmerkbaar op het scherm en in druk, en zijn vooral effectief bij lettergroottes onder 14 punten.

ECOFONT

Ecofont is beschikbaar als een lettertype dat u kunt downloaden en installeren op uw computer ([Download Eco-font](#)), maar het is onlangs ook uitgebracht als software.

De [software](#) wordt op uw systeem geïnstalleerd (tegen een kleine jaarlijkse abonnementsprijs) en werkt als een printerdriver die alle tekens in uw document onzichtbaar converteert om inkt te besparen.

VERANTWOORD COMMUNICEREN

In hetzelfde idee werd in 2014 het ecolettertype Ryman eco gecreëerd, met oog voor elegantie en leesbaarheid. Hier wordt inkt bespaard door witte groeven in de letters, waardoor Ryman 33% minder inkt verbruikt dan een standaard lettertype.

RYMAN ECO

Tot slot is er conversiesoftware die de vermindering van inktverbruik automatiseert voor klassieke lettertypes zoals Arial, Calibri, Tahoma, Times New Roman en Verdana.

4 Optimaliseer de inhoud van een papieren drager om minder papier te verbruiken.

Als u inhoud schrijft die afgedrukt zal worden, zorg er dan voor dat deze op twee manieren relevant is:

- Door de hoeveelheid informatie te beperken, bespaart u pagina's (en dus inkt en papier). Optimaliseer de ruimte en verklein de marges.

Goed om te weten : Door de marges rond uw document met 1 cm te verkleinen, kunt u meerdere vellen papier besparen. Deze aanpassing kan echt een aanzienlijk verschil maken in uw totale verbruik.

- Door de informatie op uw geprinte communicatiedragers zorgvuldig te selecteren, kunt u de levensduur ervan verlengen (zie de vorige opmerking over het verlengen van de levensduur van papieren media).

5 Denk na over het formaat van uw product

Afhankelijk van het formaat dat u kiest, zal de drukker meer of minder duurzame opties beschikbaar hebben. Geef de voorkeur aan standaard A-formaten, die zo zijn ontworpen dat de verhoudingen van het vel constant blijven, of u het nu vouwt of snijdt. Dit vermindert verliezen tijdens het snijden, maakt het mogelijk om boekjes te maken door te vouwen en maakt het makkelijker om formaten te vergroten of verkleinen zonder de verhoudingen te veranderen.

Meer advies nodig of op zoek naar een grafisch ontwerper? [Klär.Graphics](https://www.klar.graphics/).



VERANTWOORD COMMUNICEREN

4. Enkele tips voor een verantwoord ontwerp van digitale diensten

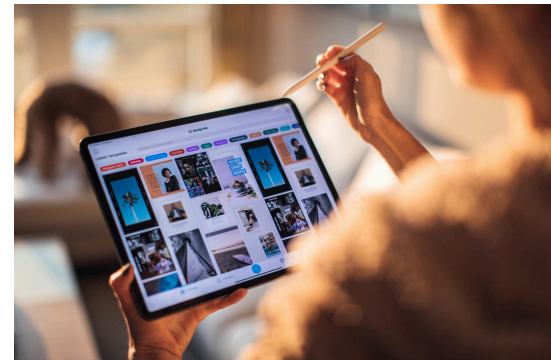
- 1 **Denk na over de geprogrammeerde veroudering van uw digitale diensten, of dit nu gaat om de esthetiek, de techniek en/of de software.**
- 2 **Denk ook aan digitale toegankelijkheid.**

Digitale toegankelijkheid betekent dat websites, tools en technologieën zo worden ontworpen en ontwikkeld dat mensen met een handicap ze kunnen gebruiken.

Digitale toegankelijkheid is essentieel om mensen met verschillende capaciteiten gelijke toegang en gelijke kansen te bieden. Toegang tot informatie- en communicatietechnologieën, waaronder het web, is zelfs gedefinieerd als een fundamenteel mensenrecht in het Verdrag van de Verenigde Naties inzake de rechten van personen met een handicap. (CRPD van de VN).

Webtoegankelijkheid omvat alle handicaps die de toegang tot het web kunnen beïnvloeden:

- auditief
- cognitief
- neurologisch
- fysiek
- spraakgebonden
- visueel



Ook mensen zonder handicap hebben baat bij webtoegankelijkheid, bijvoorbeeld :

- mensen die gebruik maken van mobiele telefoons, geconnecteerde horloges, geconnecteerde televisies en andere apparaten met kleine schermen, verschillende invoermodi, enz.
- oudere mensen van wie de vaardigheden met de leeftijd veranderen
- mensen met een "tijdelijke beperking": u breekt uw arm, verliest uw bril...
- mensen met "situatieve beperkingen" zoals in direct zonlicht of in een omgeving waar ze niet naar audio kunnen luisteren
- mensen met een trage internetverbinding of met beperkte of dure bandbreedte.

Naast de basisfunctie, namelijk inhoud beschikbaar maken voor alle doelgroepen zonder discriminatie, biedt digitale toegankelijkheid een aantal duidelijke voordelen die verder gaan dan een wettelijke verplichting. Het zijn ook kansen voor bedrijven en organisaties:

- de gebruikerstevredenheid verhogen,
- het aantal potentiële klanten/bezoekers verhogen,
- efficiënt browsen en toegang tot informatie mogelijk maken,
- de digitale kloof bestrijden,
- verwijzingen verbeteren,
- ...

Om dit thema verder uit te diepen kunt u de website raadplegen van het [Web Accessibility Initiative](https://www.waia.org/).

VERANTWOORD COMMUNICEREN

Verder kunt u voor meer informatie ook terecht bij het ISIT (Belgisch instituut voor sustainable IT).

Tot slot zijn hier nog een paar andere hulpmiddelen waarmee u verder kan gaan:

- Guidelines WCAG & RGAA
- Sensibiliseringswebsites
 - <https://design-accessible.fr/>
 - <http://atalan.fr/agissons/fr/>
 - [Anysurfer](#)
- Tools om toegankelijkheid te testen ([contrast checker](#), [WAVE](#), [BOSA Accessibility check](#)).

3 Denk na over alternatieven voor video's.

Sommige boodschappen hebben niet per se video nodig, dus het is belangrijk om te analyseren welke technologie het meest geschikt is voor uw boodschap.

Natuurlijk kan video veel voordelen bieden (multisensorisch - tekst, kleur, geluid, gebaren -) voor uw boodschap, dus het is niet de bedoeling om het gebruik ervan helemaal te weren.

Maar vraag u af: « Heb ik een video nodig om mijn boodschap over te brengen? », « Kan mijn video worden vervangen door een afbeelding of tekst zonder dat dit aan mijn boodschap afbreuk doet? »

5. Enkele tips voor verantwoord afdrukken

Vraag om gerecycleerd papier. Vraag om de labels Blauwe Engel, FSC recycled of PEFC-gerecycleerd.

Van deze drie labels geeft u de voorkeur aan Blauwe Engel, een label dat bredere en strengere criteria heeft dan de laatste twee. De labels FSC recycled en PEFC-gerecycleerd garanderen dat het papier gemaakt is van 100% gerecycleerd materiaal. Hun criteria richten zich dus alleen op de herkomst van de vezels.

Voor gedeeltelijk gerecycleerd papier zijn er het Europese Ecolabel en Nordic Swan.

U kunt ook vragen om FSC- of PEFC-gecertificeerd papier.

De criteria voor de FSC- en PEFC-labels hebben uitsluitend betrekking op de herkomst van de vezels. Het label garandeert dat de gebruikte houtvezels afkomstig zijn uit duurzaam beheerde bossen.

Milieulabels zijn goede hulpmiddelen.

Niet alle milieulabels hebben echter dezelfde criteria. Sommige labels richten zich op de herkomst van de vezel, andere op bleken met chloor, weer andere op CO2-emissienormen of het verbod op schadelijke stoffen tijdens de productie.

Labels bieden echter de garantie dat onafhankelijke derden controle uitoefenen. En ze bewijzen dat de producten met deze certificeringen gemaakt zijn van duurzame vezels en dat bepaalde sociale, ecologische en kwaliteitscriteria worden gerespecteerd.

VERANTWOORD COMMUNICEREN

Vraag naar alcoholvrije inkt op plantaardige basis en zonder zware metalen.

Zorg voor geherconditioneerde toners, vernissen en lakken op waterbasis en oplosmiddelvrije lijmen.

Wilt u nog verder gaan, vraag dan uw drukker naar de ecologische voetafdruk van zijn bedrijf:

- Heeft het een certificering als ISO 14001 of Ecovadis?
- Heeft het een ISO 12647-certificering (kleurbeheer)? Dit helpt om het aantal doorgangen te verminderen dankzij de kleurcontrolesoftware die de productie tussen de verschillende machines standaardiseert.
- Zijn de drukpersen gekoppeld aan een gecentraliseerd inkttoevoersysteem? Dit zorgt ervoor dat er geen verpakkingsafval is dankzij het gebruik van recycleerbare containers. Het vermindert ook het inktverbruik.
- Worden er digitale machines gebruikt zonder chloorhoudende oplosmiddelen of zuren?
- Gebruikt het niet-vluchtige wasmiddelen?
- Sluit het additieven voor fountoplossingen uit?
- Gebruikt het niet-vluchtige, niet-ontvlambare wasmiddelen met het Europese Ecolabel?
- Zijn er maatregelen genomen om het waterverbruik te verminderen?
- Zijn er maatregelen genomen om papierafval te verminderen (vooral van papierresten)?
- Is de gebruikte elektriciteit groen?



6. Een paar tips voor andere presentatiemedia

Raadpleeg hiervoor onze andere praktische fiches rond goodies en evenementen op [BuySmart.be](https://buysmart.brussels).

7. Nuttige informatiebronnen

- [Référentiel pour un marketing digital responsable](#)
- [Fresque de la publicité](#)
- [Fresque du numérique](#)
- [Ressources Communication Responsable de Géraldine Moine & Amandine Masson \(notion\)](#)
- [Les livres blancs de sup' de com sur la communication responsable](#)
- [Eco concevoir des outils et supports](#)
- [Podcast Slow Marketing](#)
- [« L'éco conception pour les graphistes »](#)
- [Webinar ISIT & Giveactions: responsible marketing and communications](#)

