

## Bijlage 13 – Verbetersleutel

### Groep 1: wat is greenwashing?

- Geef 2 verschillende definities van greenwashing.
  - *Bedrijven die zich duurzamer of meer maatschappelijk verantwoord voordoen dan ze zijn.*
  - *Pogingen van bedrijven om milieubewust over te komen, terwijl hun zakelijke praktijken dat niet zijn.*
- Geef 3 manieren waarop bedrijven aan greenwashing kunnen doen en geef telkens een concreet voorbeeld.
  - *Met kleuren: wanneer een fastfoodketen de kleur van het logo verandert van rood naar groen, lijkt het gezonder of beter.*
  - *Met woorden: het gebruik van vage termen die eigenlijk niet zoveel zeggen. Woorden als 'ecologisch', 'milieuvriendelijk', 'natuurlijk', 'groen' en zelfs 'duurzaam'.*
  - *Met verpakkingen: een vernieuwde (deels) gerecyclede verpakking maakt de inhoud vaak nog niet zaligmakend.*
- Geef 2 voorbeelden waarom bedrijven aan greenwashing doen.
  - *Marketing en geld: bedrijven zien de toenemende 'groene' vraag. Daar spelen ze graag op in met hun marketing, om geen geld te verliezen of meer geld te verdienen.*
- Geef 2 voorbeelden waarom greenwashing schadelijk is.
  - *Mensen consumeren vanwege een onterechte duurzame claim meer van het product omdat ze denken dat de impact ervan laag is. Of ze kiezen het product ten koste van een alternatief product dat in feite minder schadelijk is.*
  - *Het belemmert de duurzaamheidsbeweging: greenwashing ondermijnt het vertrouwen in duurzaamheidsclaims als geheel. Consumenten worden gebombardeerd met 'eco-claims' en adviezen om dingen beter te doen. Maar als die informatie misleidend blijkt te zijn, is het een enorme afknapper voor mensen die zo graag ecologische en sociaal bewuste keuzes willen maken.*
  - *Het schaadt merkimago's: het overdrijven van de duurzaamheid van een product met misleidende bewoordingen kan leiden tot kritiek. Dat ondermijnt het merkimago.*

### Groep 2: welke maatregelen bestaan er al tegen greenwashing?

- Geef 3 maatregelen die de EU neemt om consumenten beter te beschermen tegen greenwashing.
  - *Alle milieucclaims moeten bewezen worden met respect voor dezelfde internationale standaarden;*
  - *Alle claims worden regelmatig nagekeken door de nationale autoriteiten en die informatie wordt ook publiekelijk bekend gemaakt;*
  - *Ondernemingen die de consument misleiden mogen zich aan een boete verwachten.*
- Leg uit wat 'social washing' is.
  - *Een praktijk waarbij een onderneming de consument misleidt over haar sociale impact, bijvoorbeeld door te claimen dat een bepaald product of dienst 'slavernijvrij' is, terwijl dat in werkelijkheid misschien niet helemaal klopt.*
- Geef 2 voorbeelden waarom de consument het moeilijker heeft om bewust te consumeren.
  - *Omwille van de groei aan vage groene claims.*

- *Omwille van de groei aan vage ecolabels (meer dan 230 in heel Europa).*
- *Wat houdt de nieuwe herstelbaarheidsindex van de EU in? Wat is het doel ervan?*
  - *De Commissie wil dat producten die in Europa verkocht worden, gemakkelijker gerepareerd kunnen worden, zodat ze minder snel weggegooid worden. Het doel is een circulaire Europese economie waarin er niet meer grondstoffen verloren gaan dan nodig.*

### **Groep 3: hoe kunnen we greenwashing proberen te herkennen?**

- *Geef 2 voorbeelden van waarom greenwashing een probleem vormt.*
  - *Veel burgers willen bijdragen aan een meer duurzame economie, maar krijgen niet altijd betrouwbare informatie.*
  - *Het schaadt merkimago's: het overdrijven van de duurzaamheid van een product met misleidende bewoordingen kan leiden tot kritiek. Dat ondermijnt het merkimago.*
- *Geef 5 voorbeelden van hoe we greenwashing kunnen herkennen.*
  - *Via vage of dubbelzinnige woorden en termen, zoals 'puur natuur', 'niet vervuilen', 'goed voor de planeet', 'ecologisch', 'natuurvriendelijk', 'duurzaam', 'beschermt het milieu', enz.*
  - *Via misleidende beelden, zoals afbeeldingen, kleuren, tekens, logo's en symbolen die een verkeerde indruk wekken.*
  - *Op het product prijkt een milieulabel. Het ziet eruit als een officieel label dat gecertificeerd is door een bevoegde en onafhankelijke instantie terwijl de producent het zelf heeft gemaakt.*
  - *Een irrelevante actie wordt in de kijker gezet: een milieuvriendelijke actie die het bedrijf heeft ondernomen wordt bewierookt, maar die heeft niets te maken met het product waarvoor reclame wordt gemaakt.*
  - *De informatie is ongeloofwaardig: er moet een alarmbelletje afgaan als een onderneming een ecologisch argument gebruikt om een product te promoten dat schadelijk is voor de gezondheid.*
  - *Er is onvoldoende of ontbrekende informatie over het milieuvoordeel: als er bijvoorbeeld wordt aangegeven dat er "100 % gerecycleerd materiaal" wordt gebruikt, dan moet duidelijk zijn of dat gaat over de verpakking, het volledige product of een bepaalde stof.*

Geef enkele voorbeelden waarom greenwashing moeilijk te achterhalen is.

- *Je hebt gedetailleerde feiten en bewijs nodig.*
- *Niet alle bedrijven zijn transparant.*
- *Niet alle bedrijven doen bewust aan greenwashing.*

### **Groep 4: wat is de relatie tussen greenwashing en papier?**

- *Papier blijkt geregeld het slachtoffer te zijn van greenwashing. Op welke manier?*
  - *Organisaties proberen consumenten te overtuigen om papierloos te werken aan de hand van groene argumenten. Zo wordt papier als slecht voor het milieu (vooral voor de bossen) bestempeld om zo de digitale alternatieven meer naar voor te schuiven. Hierbij wordt geen aandacht besteed aan de vervuiling die de digitalisering met zich meebrengt.*
- *Wat houdt de anti-greenwashcampagne van Two-Sides in?*

- *De campagne wil het publiek bewustmaken van de feiten met correct onderbouwde informatie rond papier en digitalisering.*
- *De campagne wil de intenties van greenwashing naar buiten brengen. Op deze manier kunnen mensen de motieven erachter begrijpen en ook begrijpen welke schade het veroorzaakt.*
- *Er wordt aan de slag gegaan met meldingen rond greenwashing. Medewerkers nemen contact op met bedrijven om hen de juiste informatie te verschaffen en tegelijk te wijzen op de juridische consequenties van greenwashing.*
- Ook Papier.be doet een campagne tegen greenwashing. Op welke manier doen zij dit?
  - *Ze kaarten organisaties en bedrijven aan die aan greenwashing doen over papier.*
  - *Via een brochure 'Papier en Duurzaamheid: de feiten' en via hun website tonen ze aan dat papier in veel opzichten wel duurzaam is.*
  - *Ze vragen aan de consumenten om misleidende milieuclaims en fake news te melden.*
- Geef 2 voorbeelden van hoe papier en bos wel een duurzame relatie zouden vormen met elkaar.
  - *De papierindustrie in Europa verloopt op een duurzame manier voor de bossen, ze zijn niet verantwoordelijk voor het verdwijnen van de tropische bossen. Ongeveer de helft van de productie gebeurt met uitdunningshout, de rest komt van duurzaam beheerd bos. Ook worden deze bomen niet enkel omgekapt om papier te produceren, maar wordt elk deel van de boom gebruikt zoals ook voor meubels.*
  - *In Europa is 73% van het papier gerecycleerd papier. Ze willen hier nog beter in doen en stellen zichzelf model voor de circulaire economie.*