

NEE Geen ongeadresseerd reclamedrukwerk | **JA** Wel Huis aan Huis bladen

NEE Geen ongeadresseerd reclamedrukwerk. **nudge** www.nudge.nl **JA** Wel Huis aan Huis bladen.

NEE Geen ongeadresseerd reclamedrukwerk, geen huis aan huis bladen **NEE**

Erik Timmermans van IPK over anti-printcampagne

'Nudge schiet door'

In het kader van de *NRC Charity Awards* kreeg Nudge twee pagina's advertentieruimte in de krant. Die gebruikte het online platform voor een duurzame samenleving voor de promotie van de Nee-Ja-sticker. Want dat scheelt: 'Als alle *NRC Handelsblad*-lezers een Nee-Ja sticker op hun brievenbus plakken: 21.623 bomen bespaard per jaar.' Die claim schoot *Papierenkarton.nl*-directeur Erik Timmermans in het verkeerde keelgat.

Nudge promoot het gebruik van Nee-Ja-stickers al jaren. Deze stickers zijn te bestellen om ongeadresseerd drukwerk te weren. Het betreft een goed werkend systeem van zelfregulering. Eén op de zes huishoudens heeft een Nee-Ja- of Nee-Nee-sticker op de brievenbus. Voor die huishoudens hoeven de reclamefolders niet te worden gedrukt en verwerkt. Dat is duurzaam, ook al zijn de niet gelezen folders via de oudpapierbak voedsel voor nieuw papier en karton. Op vrijdag 15 augustus jl. sloegen de Nudgers door in hun milieucclaims. Met een advertentie in *NRC Handelsblad* werden de lezers van het dagblad aangezet tot het gebruik van de bekende Nee-Ja-sticker om daarmee ruim 21.000 bomen per jaar te redden. Die claim is lariatiek en de poging om een onjuiste indruk te geven, is misleidend. Onderzoek naar de feiten had waarschijnlijk een ander verhaal opgeleverd.

Duurzaam papier

Papier is een hernieuwbaar en recyclebaar natuurproduct. De primaire bron van papier is hout. Deze grondstof neemt CO₂ op en draagt bij aan de neutralisering van het broeikaseffect. Wordt gekozen voor duurzaam geproduceerd papier uit verantwoord beheerd bos, dan is print een ecologisch duurzaam communicatiemiddel. Het Europese bosoppervlak is de afgelopen zestig jaar met maar liefst dertig procent gegroeid, mede door de productiebossen voor de papierindustrie. Kiest een opdrachtgever voor gecertificeerd papier (bijvoorbeeld met een FSC- en/of PEFC-logo), dan kan worden vertrouwd op duurzaam beheerd bos, waarin nieuwe bomen worden geplant voor geogste bomen. Duurzaam papier zorgt voor behoud en groei van bos. De bewering dat bomen worden gespaard met de Nee-Ja-sticker is misleidend.

Wordt gekeken naar het materiaal waarvan folders zijn gemaakt, dan wordt de onjuistheid van de claims nog schrijnender. Het gros van de ongeadresseerde folders in de bus is gemaakt van gerecycled papier. Welke 21.000 bomen worden gebruikt, dan wel gespaard? Papier kent een recyclinggraad van 85%. Ruim 82% van het in Nederland gemaakt papier en karton bestaat uit oudpapier. Net als de krant die *NRC*-lezers dagelijks ontvangen, is het meeste ongeadresseerde drukwerk voedsel voor nieuw papier en karton.

Digitaal en footprint

De link met bomen blijft grafisch papier achtervolgen, terwijl karton geldt als groen(st)e verpakking en bij hygiënapapier de link met bos zelden wordt gelegd. Nudge verwijst de lezer die graag de aanbiedingen volgt naar websites met advertenties. Weet Nudge dat

het lezen van een papieren krant (nog los van de CO₂-opname door bos, recycling en hernieuwbaarheid van de bron) na dertig minuten duurzamer is dan het lezen van dezelfde krant op een tablet? Dat dit gegeven evenzeer geldt voor folders? De leestijd van folderpakketten is fors en de vraag naar wat duurzamer is, is derhalve niet zomaar te beantwoorden. De CO₂-uitstoot van papieren post behelst 0,1% van de totale CO₂-uitstoot door een Europees huishouden. Dat is vergelijkbaar met de CO₂-uitstoot voor de productie van negen liter melk. Dat valt in het niet bij de almaar groeiende uitstoot veroorzaakt door ICT. Elektriciteit wordt grotendeels opgewekt met kolen en olie, vervuilende fossiele brandstoffen die opraken. Bio-energie is daarvoor een alternatief. De laatste jaren wordt steeds vaker hout bijgestookt in kolencentrales. De opgewekte stroom krijgt vervolgens een groen label. Maar waar komt dat hout vandaan? En kan dat hout niet beter eerst worden gebruikt voor hoogwaardiger toepassingen (bouw materiaal, meubels,

IPK-directeur Erik Timmermans: 'Het gros van de ongeadresseerde folders in de bus is gemaakt van gerecycled papier. Welke 21.000 bomen worden gebruikt, dan wel gespaard?'



Als alle *NRC Handelsblad*-lezers een NEE-JA sticker op hun brievenbus plakken:

21.623 bomen bespaard per jaar

6.486.912 kilo papier bespaard per jaar

202.716 nee-ja stickers



Doe je mee? Zet - net als 32.000+ anderen - je groene stip op de kaart. Bestel een gratis NEE-JA sticker bij de Nudger op de website (top+op) en bekijk welke andere kleine en grote stappen we samen kunnen zetten.

www.nudge.nl/zet-nee-stip/nrc

nudge

Huiselijk, zijn deze cijfers een (verwogen) schatting. Het is bij het ontwerpen van deze campagne niet de bedoeling om de exacte hoeveelheid bomen te berekenen.

De gewraakte advertentie van Nudge.

papier...) voordat het de oven in gaat? Is de ICT inmiddels geen dode bomenindustrie? Duidelijk is dat voor de compensatie van de uitstoot ten behoeve van digitale communicatie steeds meer bomen nodig zijn.

Print = ROI en effect

Communicatie heeft een doel, zoals klantenbinding of het overbrengen van een boodschap richting potentiële en/of nieuwe klanten. Voor het bereiken van communicatiedoelstellingen is een zo effectief mogelijk mediamix nodig is. Effect en duurzaamheid gaan hand in hand. Onderzoek leert keer op keer dat print een essentieel onderdeel hoort

slaanbaar als het gaat om (eerste) aandacht te genereren. Zet de juiste middelen (en dus ook print) in voor de beoogde doelen. Moeten bedrijven die het nu al lastig hebben voortaan digitaal gaan adverteren? Terwijl het effect van digitaal in veel gevallen lager is, maar de footprint uiteindelijk niet altijd? De campagne van Nudge lijkt dit te suggereren. De kosten en milieugevolgen zijn echter ongewis.

Om tafel

Het groene verhaal moet telkens opnieuw worden verteld en er is nog een wereld te winnen. Maar makers en gebruikers van papier moeten niet vergeten te vertellen

Is de ICT inmiddels geen dode bomenindustrie?

te zijn van zo'n mix. De KVGOCampagne *Print Pakt* staat vol met voorbeelden daarvan. Het effect van print is groot, zeker van ongeadresseerde reclame. Niet voor niks worden per jaar zo'n 12,5 miljard folders verspreid. 81% Van de lezers gaat na het lezen van folders over tot actie. De middenstand en goede doelen zijn voor een groot deel afhankelijk van brievenbusreclame. Het forse bereik van print is een gegeven, mede door het (duurzaam) meelezen van huisgenoten. Print is onver-

waarom printproducten wél moeten worden ingezet. Laat zien dat print werkt en laat de duurzame argumenten het beoogde positieve beeld versterken. *Papierenkarton.nl* heeft daarom het initiatief genomen om op korte termijn met Nudge, papierproducenten, het KVGOCampagne en Papierrecycling Nederland te bezien hoe de duurzame eigenschappen van papier samen met Nudge onder de aandacht van de samenleving kunnen worden gebracht. Wordt vervolgd. ✎