

Verslag duurzaamheidsseminar GAU en MEVW – 6 juni 2023

Opening

De dagvoorzitter, journalist Frénk van der Linden, opende het duurzaamheidsseminar door in gesprek te gaan met de zaal. Hij vroeg de aanwezigen iets te delen over wat hun bedrijven/uitgeverijen al doen aan duurzaamheid of wat er nodig is om hierin te groeien. Naar voren kwam dat een duurzame bedrijfsvoering alleen mogelijk is als er samengewerkt wordt. Het werd daarnaast ook belangrijk gevonden om bewustzijn te creëren en over duurzaamheid te rapporteren. Verschillende uitgeverijen hebben al concrete stappen gezet om duurzamer te werken. Zo wordt bij Blossom Books de productie binnen Europa gehouden. Bij uitgeverij Gottmer liggen zonnepanelen op het dak van het kantoor, wordt gelet op papierverbruik en wordt er samengewerkt met groene drukkers en zo min mogelijk met producenten in Zuid-Oost Azië.

Duurzaamheid + GAU en MEVW- Sanne Walraven (GAU)

Na de opening licht Sanne Walraven toe hoe de GAU en MEVW hun speerpunt duurzaamheid handen en voeten geven. In november 2022 is dit op de agenda gezet en begin 2023 zijn de GAU en MEVW aan de slag gegaan met het vergaren van kennis en informatie. Hiervoor is Nienke Bakker van De Duurzame Adviseurs aangetrokken en is er een enquête rondgestuurd onder de GAU- en MEVW-leden. Uit deze enquête bleek dat veel organisaties wel stappen willen zetten, maar niet goed weten waar of hoe. Tijdens de onderzoeksfase is er naast de enquête gekeken naar het ontwikkelen van een *carbon calculator* en is er een SMB-consumentenonderzoek uitgevoerd. De bewustwordingsfase die hierop volgde bestond uit het organiseren van dit duurzaamheidsseminar en het creëren van het kennisplatform Duurzaam publiceren (www.duurzaampubliceren.nl). De actiefase is nu in volle gang; er wordt een *carbon calculator* ontwikkeld (dit loopt door in 2024), er wordt sectorbreed overlegd en samengewerkt, er is een duurzaamheidswerkgroep opgezet en er wordt een meerjarenplan opgesteld (dit wordt in september 2023 afgerond). Dagvoorzitter Frénk is nog benieuwd tegen welke hobbels de GAU en MEVW zijn opgelopen in de gesprekken over duurzaamheid. Sanne geeft aan dat het in eerste instantie lastig was om te bepalen waar ze moesten beginnen en wat de prioriteit moest krijgen, maar dat uit de enquête bleek dat er vooral behoefte was aan kennis. Er is daarom eerst werk gemaakt van het kennisplatform en dit seminar.

Duurzaam uitgeven – Babette Porcelijn (*Think Big Act Now*)

Babette Porcelijn van *Think Big Act Now* begon haar presentatie over duurzaam uitgeven met een quiz. Als eerste was zij benieuwd of de aanwezigen dachten dat papieren boeken of een e-reader beter zijn voor het milieu. De meerderheid kiest voor papieren boeken en dit blijkt zo te zijn. Een e-reader is alleen beter als je meer dan 25 boeken per jaar leest. De volgende vraag ging over de waardeketen van een laptop. De vraag was of de productie of het afdanken meer impact op het milieu heeft. De meerderheid koos hier voor het afdanken, maar wat blijkt: de productie heeft een grotere impact. Als oplossing hiervoor zou het goed zijn als laptops minder snel worden vervangen (waardoor de vraag omlaag gaat), laptops te recyclen of hergebruiken en de mijnbouw schoon en fair te houden. De laatste vraag ging over papieren en plastic tasjes. Babette licht hierbij toe dat plastic tasjes de minste impact hebben. De productie van papier kost veel energie en er wordt daarbij veel gebruikgemaakt van chemicaliën. Uit de zaal komt de vraag: "Is hierbij ook rekening gehouden met het afbreken en hergebruik van plastic en papier?" Dit is in deze quiz niet meegenomen, maar er wordt wel benadrukt dat plastic niet in de natuur moet belanden en dat we het lang moeten gebruiken. Het is daarbij ook belangrijk om altijd op onze hoede te zijn voor waterbedeffecten (problemen moeten niet één voor één worden aangepakt).

Na de quiz stelt Babette Porcelijn zichzelf voor. Ze is van origine ontwerper, maar heeft ondertussen drie boeken geschreven over ecopositief leven en het verbeteren van de wereld. Bij

haarzelf ging ineens de knop om toen ze via verschillende kanalen erachter kwam dat o.a. in een nieuwe auto zo'n 6 jaar aan benzine zit, 27 miljoen meer bomen verdwijnen dan erbij komen, bossen wordt gekapt voor het vee dat wij eten, etc. Ze is op verschillende manieren onderzoek gaan doen naar de invloed die mensen hebben op het milieu en hieruit bleek dat rijke landen hun productie veelal verplaatsen naar minder ontwikkelde lagelonenlanden. Vaak wordt de milieu-impact in het eigen land berekend en worden deze activiteiten in andere landen buiten beschouwing gelaten. Door dit te doen laten we hiermee 80% weg van de totale impact die we hebben. De wetenschap roept actief op om de CO₂-uitstoot te verlagen, maar ondertussen leven we als wereld met elkaar alsof we 1,7 werelden hebben. In Nederland hebben we 3,6 werelden nodig, en als we zo doorgaan zijn dat er in 2050 zelfs 4. De eerste gedachte van vele mensen is dat het vooral de industrie is die zo'n grote impact heeft, maar dit is onterecht. De consument draagt hier net zo veel aan bij. We moeten met elkaar binnen de draagkracht van de aarde leven. Daarvoor is het eerst belangrijk te weten wat in ons dagelijks leven de meeste impact heeft op het milieu. De impact top 10 ziet er als volgt uit: 1) spullen, 2) auto, 3) wonen, 4) vlees/vis, 5) vliegen, 6) eten/drinken, 7) kleding/textiel, 8) zuivel/eieren, 9) douche/bad en 10) openbaar vervoer. Op [de site van Think Big Act Now](#) is een tool te vinden die jouw eigen verborgen impact laat zien. In de resultaten kun je zien op welke onderdelen uit de impact top 10 jij goed/slecht scoort en hoeveel werelden jij nodig hebt.

Om de impact op het milieu te verkleinen heeft Babette 'The Big Five' opgesteld. Vijf dingen die je in je eigen leven en/of op kantoor kunt toepassen: 1) koop niks nieuws, 2) eet/drink plantaardig en/of fair trade, 3) reis fossielvrij, 4) voorkom verspilling en 5) kies voor een klein, goed geïsoleerd huis met duurzame energie en vermijd cosmetisch (ver)bouwen. Het is belangrijk om hierbij eerst met de grote dingen te beginnen.

Babette besteedt ook aandacht aan de CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive). In deze richtlijn staat dat bedrijven vanaf 2024 steeds meer verplicht worden om te rapporteren over hun impact op het milieu. Deze richtlijn creëert hopelijk nog meer bewustzijn en zorgt er als het goed is voor dat bedrijven de handen uit de mouwen gaan steken om iets te doen aan hun impact. Bij het verduurzamen van ketens moet bijvoorbeeld worden gedacht aan het gebruiken van hernieuwbare energie, plantaardig eten, biobased materialen gebruiken en circulair werken. Er moet hierbij wel gelet worden op de aanleg, druk op de natuur en de eindigheid. Het is ook belangrijk dat de vraag omlaag gaat. Het ecopositieve leven waar Babette voor staat houdt in dat we met elkaar opruimen, natuur creëren en inspireren/helpen.

Dagvoorzitter Frénk van der Linden is benieuwd naar wat Babette zou aanraden voor bedrijven/mensen in de boekenwereld. Zij geeft aan dat het belangrijk is om met papierproducenten in gesprek te gaan en te kijken hoe er gezamenlijk kan worden gewerkt aan innovatie en de versterking/verbetering van productiebossen. Daarnaast zou het ook goed zijn om over het algemeen minder boeken te drukken.

Uit de reacties van de aanwezigen blijkt dat er momenteel een tekort is aan samenwerking en dat er veel groter gedacht moet worden. Er wordt ook gedeeld dat binnen sommige uitgeverijen alleen vegetarisch eten wordt aangeboden en dat er bij het geven van een bos bloemen altijd voor duurzame bloemen wordt gekozen. Babette krijgt nog de opmerking: "Alles moet zo veel mogelijk digitaal, maar daar zijn ook spullen voor nodig, terwijl spullen het grootste probleem zijn." Zij raadt hierbij aan om altijd spullen te gebruiken die mensen al hebben en dus niet allerlei nieuwe apparaten aan te schaffen.

[De toekomst van aanbiedingsbrochures – Marlies Veerbeek, Robin van Elk en Ellen Horst](#)

Marlies Veerbeek, Robin van Elk en Ellen Horst hebben alle drie het onboardingprogramma van de GAU gevolgd. Zij hebben hierbij een inkijkje gekregen in het boekenvak en hebben onderzoek gedaan naar de toekomst van papieren aanbiedingsbrochures. Op dit moment wordt er per jaar per aanbieding een stapel van zo'n anderhalve meter verspreid onder inkopers, pers en verkopers. Deze stapel gaat naar zo'n 950 ontvangers in Nederland en België. Daarnaast zijn er nog een aantal overige

relaties en is er overproductie, maar al met al komt het neer op een stapel van 5000 meter papier per jaar (dat staat gelijk aan 3,5 keer per jaar rond de aarde). Het is belangrijk om dit aan te passen vanwege de duurzaamheid, kosten (3-5 miljoen per jaar) en de beperkte mogelijkheden van papier. Uit een enquête die Marlies, Robin en Ellen hebben uitgestuurd blijkt dat er in aanbiedingsgesprekken graag notities worden gemaakt in de brochures en dat de brochures structuur bieden, maar ook dat de respondenten openstaan voor een duurzaam alternatief dat flexibiliteit biedt. Er wordt aangeraden om allereerst bewustwording te creëren en hierover in gesprek te gaan, klantgericht te denken, geleidelijk over te stappen en/of vanuit overkoepelende organisaties (zoals de GAU) te beginnen met minimaal twee grote spelers. In de toekomst is het dan misschien mogelijk om één digitale plek te creëren die minder afhankelijk is van deadlines, waarbij de consument filtermogelijkheden heeft (niet alles is interessant voor iedereen) en die toegankelijk is via een app. Bij uitgeverij Meulenhoff is dit drie jaar geleden al eens geprobeerd, maar die zijn toch weer teruggegaan naar de papieren brochure, omdat dit door de boekhandels werd gevraagd.

Workshop Duurzame materiaalkeuze – Uitgeverij Wilco

Tijdens deze workshop zijn praktische tips gedeeld voor het maken van duurzame keuzes in het grafische proces. Er werd in eerste instantie stilgestaan bij de snel veranderende wereld, de definitie van klimaatneutraal, Cradle to Cradle en sustainable sourcing. Daarna volgde concrete aanbevelingen op het gebied van materialen (denk hierbij aan inkt, papier, veredeling, verpakking, etc.). Deze zijn terug te vinden in [de bijbehorende presentatie](#).

Workshop CO₂-voetafdruk in kaart brengen – Milou America (De Duurzame Adviseurs)

Om te weten waar je de grootste winst kunt behalen met het omlaag brengen van je CO₂-uitstoot en te kunnen monitoren of je maatregelen ook daadwerkelijk effectief zijn, is het belangrijk om je CO₂-voetafdruk in kaart te brengen. Maar waar te beginnen? In deze workshop werd dieper ingedoken op de relevante emissiestromen van uitgeverijen als organisaties, én verliet iedereen de ruimte met een concreet plan van aanpak om de CO₂-voetafdruk van zijn/haar organisatie op te stellen. Daarnaast leeft de vraag: 'Hoe ver ga je? Is de uitstoot van het produceren van papier ook voor 'ons'?'. Omdat je papier inkoopt ben je deels verantwoordelijk voor de uitstoot/impact die hiermee gepaard gaat. De inkoop van papier valt echter in je keten, waardoor je invloed minder groot is dan binnen de eigen organisatie. De belangrijkste take-away hier is: ga het gesprek aan! Het maakt niet uit 'van wie' de uitstoot is, het gaat er om dat we samenwerken om te verduurzamen. Waar de ene organisatie al bezig blijkt met het verduurzamen van haar keten, lijkt de andere organisatie nog op weg te zijn naar concrete verduurzamingsdoelstellingen. Zo werden er naast tips om inzicht te krijgen, ook tips gedeeld over het reduceren van de uitstoot. Zo kunnen we allemaal van elkaar leren!

Workshop Rapporteren over duurzaamheid – Bas de Gooijer en Anouk de Leer (De Duurzame Adviseurs)

Tijdens deze workshop zijn Bas en Anouk verder ingegaan op de nieuwe rapportagewetgeving, genaamd CSRD (Corporate Social Responsibility Directive). Deze houdt in dat organisaties niet alleen over hun financiële informatie moeten rapporteren, maar ook over hun positieve en negatieve impact op mens, milieu en maatschappij. Deze wet zal in eerste instantie gelden voor beursgenoteerde en grote organisaties, en later ook voor kleinere organisaties. De meeste deelnemers uit de zaal gaven terug dat zij aan het beginstadium van rapporteren staan, waarbij er vooral wordt geïnventariseerd wat er verduurzaamd moet worden en hoe dit gedaan moet worden. Er is nog weinig sprake van daadwerkelijk rapporteren.

Tijdens deze workshop is door de deelnemers ook teruggekoppeld dat Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen in de branche steeds meer aandacht krijgt. Dit heeft mede te maken met het feit dat er steeds meer regels en vragen gesteld worden over duurzaamheidsrapportages als gevolg van achterblijvende resultaten op het gebied van duurzaamheid. Ook wordt de vraag van

stakeholders naar duurzaamheid steeds groter. Zo gaf een deelnemer terug dat duurzaamheid als criterium steeds vaker terugkomt in aanbestedingen.

Om de deelnemers op weg te helpen, is er tijdens de workshop ook gesproken over voorbeeldindicatoren om duurzaamheidsprestaties te meten. Hierbij kan worden gedacht aan CO₂-uitstoot, maar bijvoorbeeld ook diversiteit. Het in kaart brengen van verschillende indicatoren is belangrijk om uiteindelijk tot een rapport te komen. Tot slot is er besproken welke acties de verschillende deelnemende organisaties al nemen om hun negatieve impact te verminderen. Een inspirerende workshop met veel informatie om mee aan te slag te gaan!

Workshop Bewustwording creëren in je organisatie – Nicky Kreté

Tijdens deze workshop is verder ingegaan op hoe we anderen met ons mee nemen als we duurzame gedragsverandering willen realiseren in organisaties. De deelnemers hebben kennis gemaakt met het gedragsmodel B=MAP van BJ Fogg en aansluitend de Tiny Habits-methode. Hier kwamen een aantal waardevolle en praktische tips uit zoals: help mensen om te doen wat ze al willen doen, maak de nieuwe handeling zo klein en makkelijk mogelijk, koppel nieuw gedrag aan oud gedrag en help mensen zich succesvol te voelen. Er is besproken dat bewustwording van het hele team niet altijd een vereiste hoeft te zijn voor verandering. Tot slot is er een stappenplan gedeeld voor hoe je aan de slag kan gaan met een aantal voorbeeldcasussen. Naderhand zijn er vragen besproken als: 'Hoe verhoog ik de groene norm op de werkvloer?' en 'Hoe krijg je mensen mee als ze dwars gaan liggen?'.

De [presentaties van alle workshops zijn te vinden op www.duurzaampubliceren.nl](http://www.duurzaampubliceren.nl).

Best Practice 1 – Charles Light van HarperCollins UK

Bij HarperCollins UK zijn al een aantal grote stappen gezet op het gebied van duurzaamheid. Charles Light licht de volgende vier veranderingen/acties toe:

1. Sustainable Specification Group

In 2020 is bij HarperCollins een *Sustainable Specification Group* gevormd. Binnen deze groep is overleg geweest over hoe hun processen en werkzaamheden verduurzaamd konden worden. Uiteindelijk is er naar aanleiding van deze gesprekken besloten om geen glitter meer te verwerken op covers, alleen plantaardige inkt te gebruiken, te kiezen voor hernieuwbare elektriciteit, minder plastic te gebruiken voor producten en verpakkingen en duurzamere afwerkingen voor omslagen te introduceren.

2. Transport met de trein

Binnen Europa worden de boeken van HarperCollins UK vervoerd met de trein. Er zijn al zo'n 3,2 miljoen boeken op deze manier getransporteerd. Er zijn op dit moment ongeveer 10-14 dagen meer nodig voor het transport, maar er is hiermee al 172 ton aan CO₂ bespaard. Ook in Italië is dit al uitgerold.

3. Leveranciers beoordelen en erover rapporteren

HarperCollins heeft samengewerkt met EcoVadis. Zij hebben een systeem voor het evalueren en meten van leveranciers op vier gebieden: milieu, arbeids- en mensenrechten, ethiek en duurzame inkoop. Dit systeem is gebruikt om te kijken waar de grootste risico's lagen en om data en standaarden van de supply chain voor inkopen te meten/analyseren. De resultaten worden gebruikt om de leveranciersnormen te volgen en erover te rapporteren. Alle Engelse leveranciers zijn beoordeeld. In de zomer van 2023 wordt gestart met de wereldwijde leveranciers. Dit onderzoek loopt naar verwachting tot eind 2024.

4. Papierinkoop

Door middel van een wereldwijd inkoopbeleid wil HarperCollins samenwerken met papierleveranciers die ook streven naar duurzamer produceren. In 2025 zal 100% van het ingekochte papier van gecertificeerde leveranciers komen. Naast FSC worden alle materialen van bosvezels

getest en beoordeeld voordat ze worden gebruikt en op HarperCollins' lijst van goedgekeurde materialen worden gezet.

In 2023 wil HarperCollins hun Scope 3-uitstoot nog beter meten (de materialen, leveranciers en het transport), duurzaamheid integreren in de besluitvorming, verpakkingen voorzien van etiketten over het weggooien ervan, individuele CO₂-metingen per product uitvoeren en hun best practices wereldwijd verspreiden.

Best Practice 2 – Rachel Martin van Elsevier

Rachel Martin van Elsevier deelt welke acties er zijn ondernomen om in 2040 een energieneutraal bedrijf te zijn. Uit dit streven zijn de volgende vier lessen te halen:

1. Stel een doel en bepaal je focus

De Sustainable Development Goals (SDG's) zijn hiervoor een goed uitgangspunt. Via de [International Publishers Association](#) (IPA) zijn verschillende initiatieven van uitgeverijen te vinden die aansluiten bij deze SDG's.. Uitgeverijen leveren een bijzondere bijdrage. De publicaties over het klimaat duiden op een specifieke focus, maar ook gezondheid, onderwijs, innovatie en partnerschappen verdienen de aandacht. Daarnaast is innovatie van groot belang. Voor investeerders is 'verantwoord ondernemen' een prioriteit, maar klanten geven om de producten. Daarnaast is een allesomvattende aanpak belangrijk, zodat sociale en menselijke elementen naast 'traditionele' duurzaamheidselementen komen te staan.

2. Pak directe uitstoot aan

Binnen Elsevier is er besloten om vergaderingen online te doen of er met de trein heen te reizen. Sinds 2017 wordt er niet tot nauwelijks gevlogen en de directe uitstoot is al met 70% verminderd.

3. Focus op gegevens en ga aan de slag!

Elsevier heeft een *carbon emissions profile* opgesteld en heeft daarvoor berekend welke werkzaamheden zorgen voor de meeste uitstoot. Fysieke boeken en tijdschriften staan hierin op nummer één. Zakenreizen en overige werkzaamheden staan op een gedeelde plek. Om duurzamer te werk gegaan zijn er onder andere meer cloudapplicaties geïmplementeerd, wordt elektrisch reizen beloond en is er meegewerkt aan Press Zero & Publishing 2023 Accelerator.

4. Probeer niet perfect te zijn, methoden voor verduurzamen zijn nog geen exacte wetenschap

Elsevier heeft samen met een aantal andere organisaties (waaronder IPA) Responsible Books ontwikkeld. Door het scannen van een QR-code of het invoeren van een ISBN-nummer kan de consument zien hoeveel CO₂ is uitgestoten voor het boek.

5. Koolstof is niet de vijand

Het doel moet zijn: energieneutraal zijn.

Naar aanleiding van de best practices van Charles en Rachel worden een aantal vragen gesteld..

“Welk bedrijf doet het beter in jullie sector?” Charles beantwoordt deze vraag en geeft aan dat Penguin Random House het beter doet. Zij hebben een betere manier van communiceren over duurzaamheid en het creëren van duurzaamheidsrapporten.

“Is er weerstand onder consumenten?” Rachel geeft aan dat auteurs blij zijn met de ontwikkelingen, maar uitgeverijen zijn nog steeds een beetje terughoudend. Het blijft daarom belangrijk om het bewustzijn te vergroten en mensen te inspireren. Charles voegt toe dat in Scandinavië minder rekening wordt gehouden met de consument en dat ze veranderingen daar gewoon doorvoeren. Rachel beaamt dit. In Noorwegen zijn veel activisten en is er al veel onderzoek gedaan en wetenschappelijke kennis vergaard.

“Bestaat er een conflict tussen duurzaamheid en financiën?” Rachel vertelt dat het tot nu toe juist kostenbesparend is geweest. Het probleem is wel dat de financiënafdeling binnen bedrijven vaak achterblijft in de verduurzaming. Voor hen is het nog een leerproces. Echt harde keuzes die duurzamer, maar kostbaarder zijn, hebben beide organisaties nog niet hoeven maken.

Reacties

Aan het einde van de middag klinkt vanuit de zaal dat het een interessante dag was, dat het verhaal van Babette onder de huid kroop en dat we vooral aan de slag moeten gaan.

Ook werd aan de aanwezigen gevraagd of zij een online enquête over het seminar wilde invullen. Uit de resultaten hiervan blijkt dat de meeste deelnemers zeer tevreden zijn. Er is wel behoefte aan meer van dit soort bijeenkomsten, in ieder geval een keer per jaar, en meer tijd voor verdieping in kleine(re) groepen. Deelnemers zouden checklists, tools of concrete adviezen ook erg op prijs stellen. Ten slotte blijkt uit alles dat samenwerking key is om als uitgeverijen duurzamer te werk te gaan.