

Augustus 2026

Check je duurzaamheidsclaims

Een praktisch stappenplan voor DMO/CMO's

Organisaties in de bezoekerseconomie krijgen te maken met strengere Europese regels voor duurzaamheidsclaims. Met de invoering van de Europese Empowering Consumers Directive (EmpCo) op 27 september moeten duurzaamheidsclaims richting consumenten concreter, transparanter en beter onderbouwd zijn. De nieuwe regels vragen van organisaties meer dan alleen het aanpassen van termen als *duurzaam*, *groen* of *verantwoord*. Op onze [nieuwspagina](#) vind je meer- en de laatste informatie.

Hoewel de precieze impact van de regelgeving zich nog verder zal uitkristalliseren, is al veel duidelijk en is het verstandig om tijdig voorbereidingen te treffen.

Om deze regelgeving te vertalen naar een werkbare aanpak voor zowel bestaande als nieuwe content hebben we binnen NBTC een praktische werkwijze ontwikkeld die aansluit bij onze content en processen. Deze aanpak blijven we verder verfijnen op basis van nieuwe inzichten en ontwikkelingen.

In dit stappenplan delen we onze werkwijze, zodat deze ook andere DMO's en CMO's kan helpen bij het inrichten van hun eigen processen rondom duurzaamheidscommunicatie.

1. Bepaal eerst je eigen kader

Begin niet meteen met het aanpassen van losse teksten. Bepaal eerst wat je binnen je eigen communicatiepraktijk als duurzaamheidsclaim behandelt en definieer de term duurzaamheidsclaim.

Wij kijken daarbij naar:

- expliciete duurzaamheidsclaims;
- mogelijke impliciete claims;
- tekst, beeld, framing en labels die samen een duurzaamheidsindruk kunnen oproepen.

Tegelijk bakenen we af wat géén duurzaamheidsclaim is. Een technisch of functioneel kenmerk valt bijvoorbeeld niet automatisch binnen de claimcheck; er moet voor de lezer een herkenbare koppeling met duurzaamheid zijn.

Resultaat: één gezamenlijke basis voor wat je wel en niet beoordeelt.

2. Kies per claim: behouden, aanpassen of verwijderen

Niet iedere duurzaamheidsclaim hoeft behouden te blijven. De eerste vraag is daarom niet alleen: **kunnen we dit bewijzen?** Maar ook: **willen we deze claim eigenlijk blijven maken?**

Wil je de claim behouden, zorg dan dat duidelijk is welke onderbouwing nodig is, wie eigenaar is van die informatie en hoe het bewijs beschikbaar en actueel blijft. Is de claim niet essentieel of vraagt de onderbouwing onevenredig veel werk, dan kan het logischer zijn de formulering aan te passen, de claim te verwijderen of de betreffende inhoud weg te laten.

Resultaat: per claim een bewuste keuze in plaats van automatisch voor alles bewijs organiseren.

3. Organiseer het als gezamenlijk project

Duurzaamheidsclaims raken vaak meerdere collega's of teams binnen je organisatie. Zorg daarom voor één centrale werkomgeving waarin bronnen, vragen, gevonden claims, oplossingen en voortgang samenkomen.

Binnen NBTC gebruiken we daarvoor onder meer:

- een centrale Teams-omgeving;
- gedeelde basisdocumenten;
- een planning per fase;
- een centraal overzicht van gevonden claims en opvolging;
- een plek om vragen en praktijkvoorbeelden te delen.

Resultaat: één gezamenlijke werkomgeving en minder versnippering van kennis en acties.

4. Ontwikkel een claimcheck en test die op echte content

Maak een praktische check die past bij het soort content dat je organisatie maakt (campagne uitingen, website artikelen, social media posts etc).

Wij kijken onder meer naar:

- hoe duidelijk en begrensd de claim is;
- of bewijs nodig en beschikbaar is;
- huidige prestatie versus toekomstige ambitie;
- of de claim niet breder is dan wat aantoonbaar is;
- de invloed van beeld en framing;
- claims van partners.

De beoordeling maken we werkbaar met vier uitkomsten:

- 1. Moet aangepast worden**
- 2. Gericht controleren**
- 3. Kan blijven**
- 4. Optionele verbetering**

Test de check vervolgens op echte content. Zo wordt snel zichtbaar waar een kleine tekstwijziging voldoende is en waar vooral bewijs of context ontbreekt.

GPT als hulpmiddel bij de claimcheck

Als hulpmiddel hebben we een ondersteunende [GPT](#) ontwikkeld waarin ons toetsingskader is verwerkt. De GPT helpt bij het herkennen en beoordelen van mogelijke claims, het signaleren van ontbrekende informatie en het voorstellen van gerichte aanpassingen. De GPT neemt geen besluit over publicatie en is geen juridische goedkeuringsstap. De uiteindelijke beoordeling en verantwoordelijkheid blijft bij NBTC en de betrokken medewerkers.

Resultaat: een geteste en praktisch toepasbare claimcheck, ondersteund door een hulpmiddel dat het werk kan versnellen.

5. Inventariseer en prioriteer bestaande content

Leg gevonden claims vast in één overzicht. NBTC registreert daarbij onder meer het type claim, de omvang, een eerste risico-inschatting, de benodigde actie, eigenaar en status. Zo wordt de inventarisatie meteen een werk- en opvolglijst.

De werkwijze is:

vinden → beoordelen → prioriteren → actie bepalen → eigenaar aanwijzen → opvolgen

Niet alle bestaande content hoeft tegelijk dezelfde prioriteit te krijgen. Oudere content die duidelijk aan een moment in het verleden is gekoppeld, zoals een social post of nieuwsbericht met datum, kan bijvoorbeeld anders worden geprioriteerd dan actuele en blijvend zichtbare webcontent.

Resultaat: een geprioriteerde werkvoorraad waarop capaciteit gericht kan worden ingezet.

6. Pak bestaande én nieuwe content aan

Voor bestaande content ligt de nadruk op inventariseren, prioriteren en de grootste aandachtspunten eerst aanpakken.

Voor nieuwe content werken we toe naar een werkwijze waarbij makers vóór de start van een

project weten waar de grenzen rond duurzaamheidsclaims liggen. Daarvoor ontwikkelen we nog een korte, praktische instructie. Het uitgangspunt is: *als je bewust een duurzaamheidsclaim wilt maken, organiseer je de benodigde onderbouwing meteen als onderdeel van het contentproces*. Kan of wil je die onderbouwing niet organiseren, dan moet de claim worden aangepast of achterwege blijven.

De gewenste route voor nieuwe content is:

Briefing waarvan aandacht voor mogelijke claims een standaard onderdeel is → content ontwikkelen → bij een claim direct onderbouwing organiseren → beoordelen → zo nodig aanpassen of escaleren → publiceren

Resultaat: bestaande risico's stapsgewijs verkleinen en bij nieuwe content problemen zoveel mogelijk aan de voorkant voorkomen.

Organisatorische keuzes en vragen die onderweg ontstaan

Tijdens het proces ontstaan ook vragen waarop niet direct een antwoord beschikbaar is.

Bijvoorbeeld:

- wie beheert bewijs?
- wie beslist bij twijfelgevallen?
- wanneer is juridische expertise nodig?
- wie is verantwoordelijk voor opvolging?
- en in welke situaties accepteren we bewust een bepaald restrisico?

Die onderdelen zijn nog niet allemaal structureel belegd. Daarbij hoort ook dat je als organisatie bepaalt wanneer je extra zekerheid wilt organiseren en wanneer je, na een bewuste afweging, een beperkt risico accepteert.

7. De kern van de aanpak

Onze werkwijze kan worden samengevat als:

kader bepalen → testen → inventariseren → prioriteren → aanpassen of onderbouwen → werkwijze aanscherpen → borgen

Deze aanpak beschrijft hoe wij binnen NBTC de aangescherpte regels werkbaar proberen toe te passen in onze contentpraktijk. Daarbij maken we eigen keuzes in prioritering, onderbouwing, aanpassing en risicoacceptatie. Andere DMO's kunnen, afhankelijk van hun organisatie, markten en risicobereidheid, andere keuzes maken.

We delen onze [GPT](#) graag met jullie ter inspiratie. Gebruik is voor eigen rekening en risico. Iedere organisatie blijft zelf verantwoordelijk voor de beoordeling van de eigen content, de bewijsvoering, eventuele juridische toetsing en de uiteindelijke keuze om een uiting te publiceren.

[Meer informatie.](#)

Contactpersoon NBTC: Thijs de Groot: tdegroot@holland.com