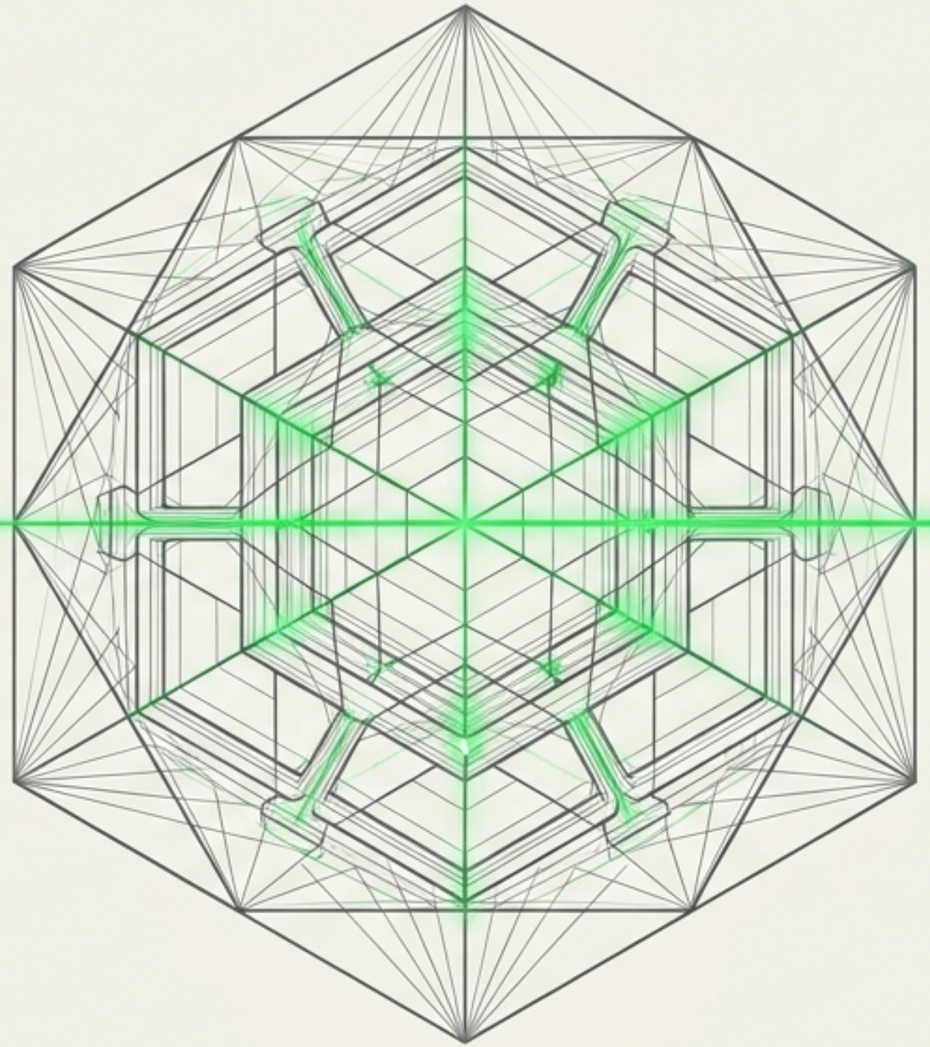
EU Green Claims Directive 2026: Van Compliance Risico naar Concurrentievoordeel

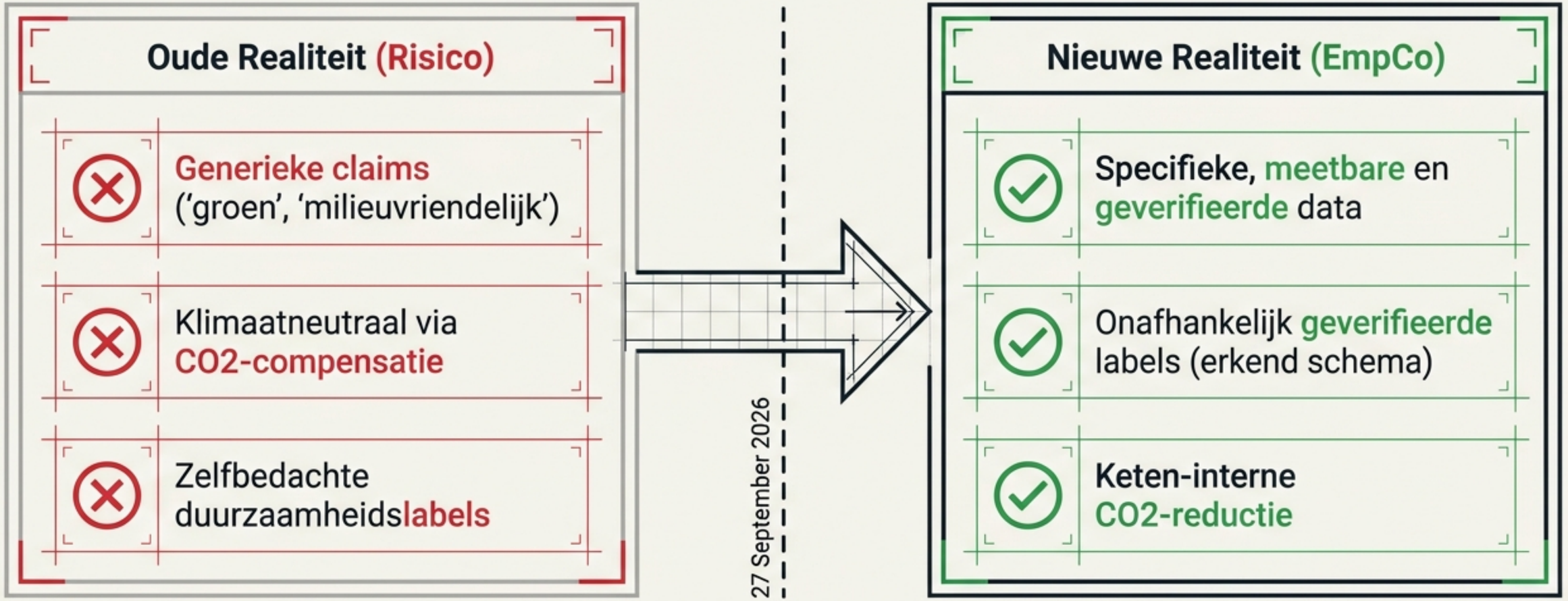
Een executie-playbook voor de transitie van ‘Storytelling’ naar ‘Storyproving’.



frank.news

De Grens Tussen Marketing en Misleiding is Verschoven

Sinds 27 september 2026 verbiedt de EU (Richtlijn 2024/825) vage duurzaamheidsclaims.
Storytelling zonder hard bewijs is nu greenwashing.



frank.news

Non-Compliance is een Existentieel Risico

De Sanctie

- Boetes tot **4%** van de jaaromzet.
- Gehandhaafd door de Autoriteit Consument & Markt (ACM).



Reputatieschade

71% van de Nederlandse consumenten gelooft dat bedrijven aan greenwashing doen.



Vertrouwenscrisis

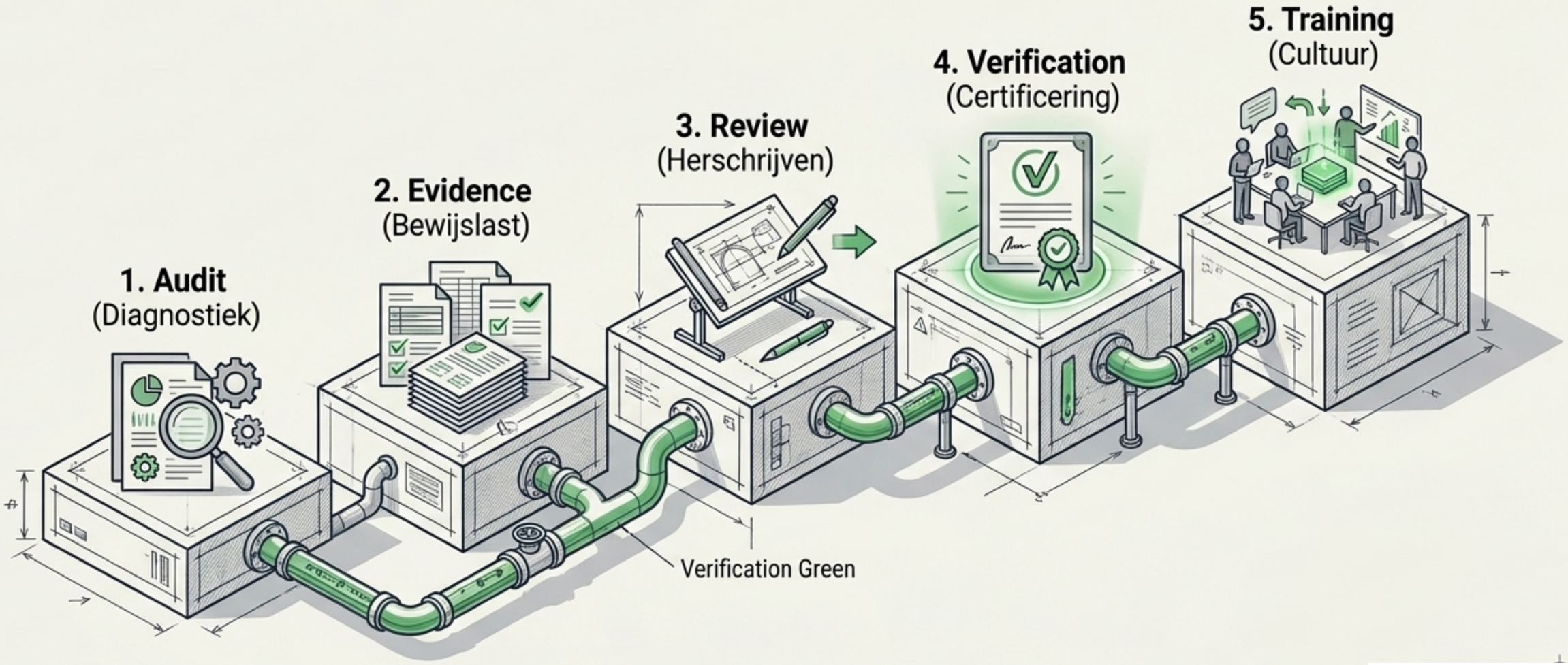
De Precedenten

- **KLM** veroordeeld (misleidende SAF-campagnes, boete DK: **€401.000**).
- **H&M** schikte voor **€500.000** (lijn 'Conscious Choice' gestopt).
- **Shell** 'Drive CO2 Neutral' verboden door Reclame Code Commissie.

frank.news

The Storyproving Engine: Het 5-Stappen Framework

Wachten op handhaving is geen strategie. Proactieve compliance vereist een systematische transformatie van de marketingoperatie.



frank.news

Stap 1 — Legal Audit (Diagnostiek)

Wat:

Wat:

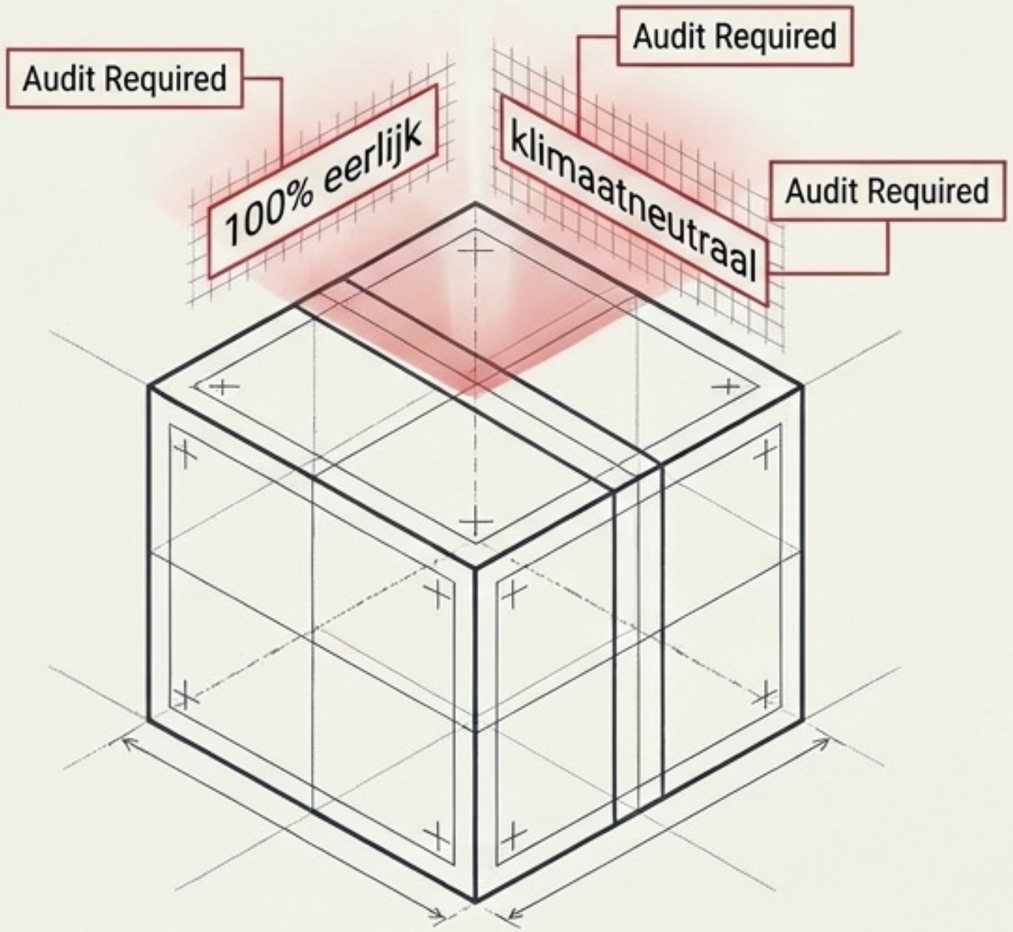
- Volledige inventarisatie van huidige claims (verpakking, website, campagnes) en toetsing aan EmpCo criteria.

Hoe:

- Forensische scan via platforms zoals Clean Claims. Classificatie op juridisch risico.

KPI:

- % claims dat directe compliance-interventie vereist.



frank.news

Stap 2 — Evidence Gathering (Bewijslast)

Wat:

Wat:

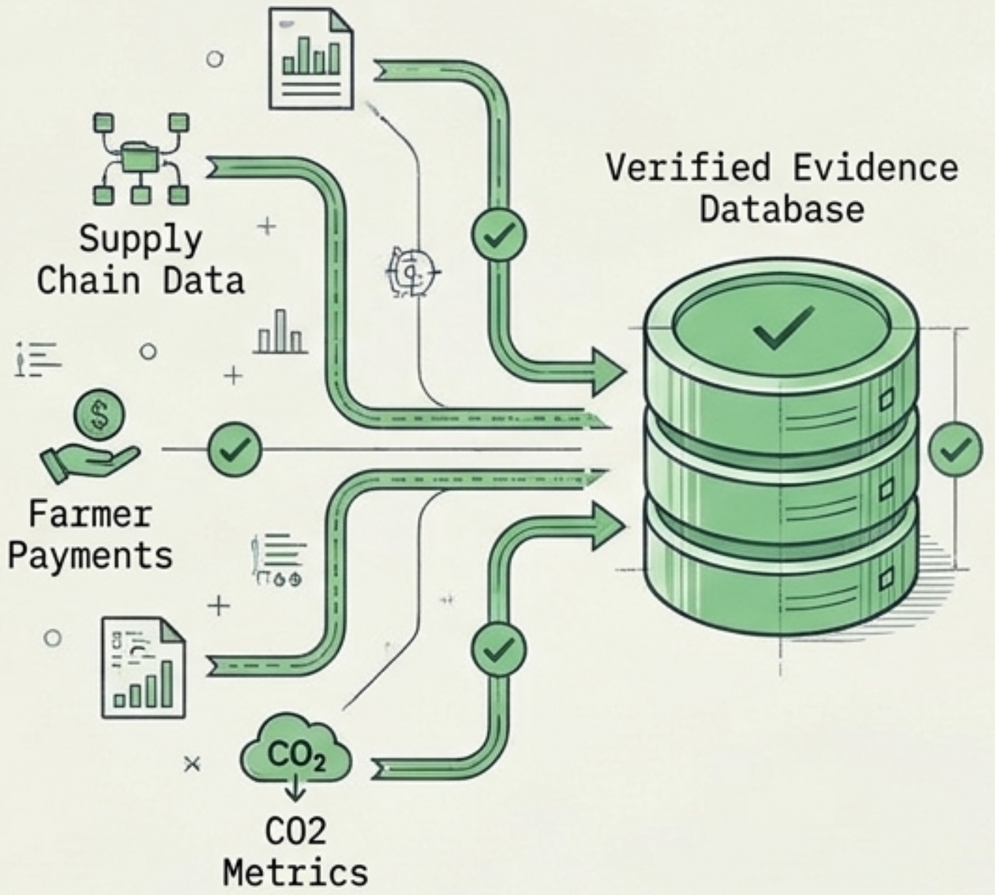
- Het verzamelen van onweerlegbare, wetenschappelijke onderbouwing voor élke claim (zowel milieu als sociaal).

Hoe:

- Ontsluiten van supply chain data (bijv. blockchain) en koppelen aan referentieprijzen (bijv. Living Income).

KPI:

- % claims gedekt door third-party geverifieerde data.



frank.news

Stap 3 — Communication Review (Herschrijven)

Wat:

Wat:

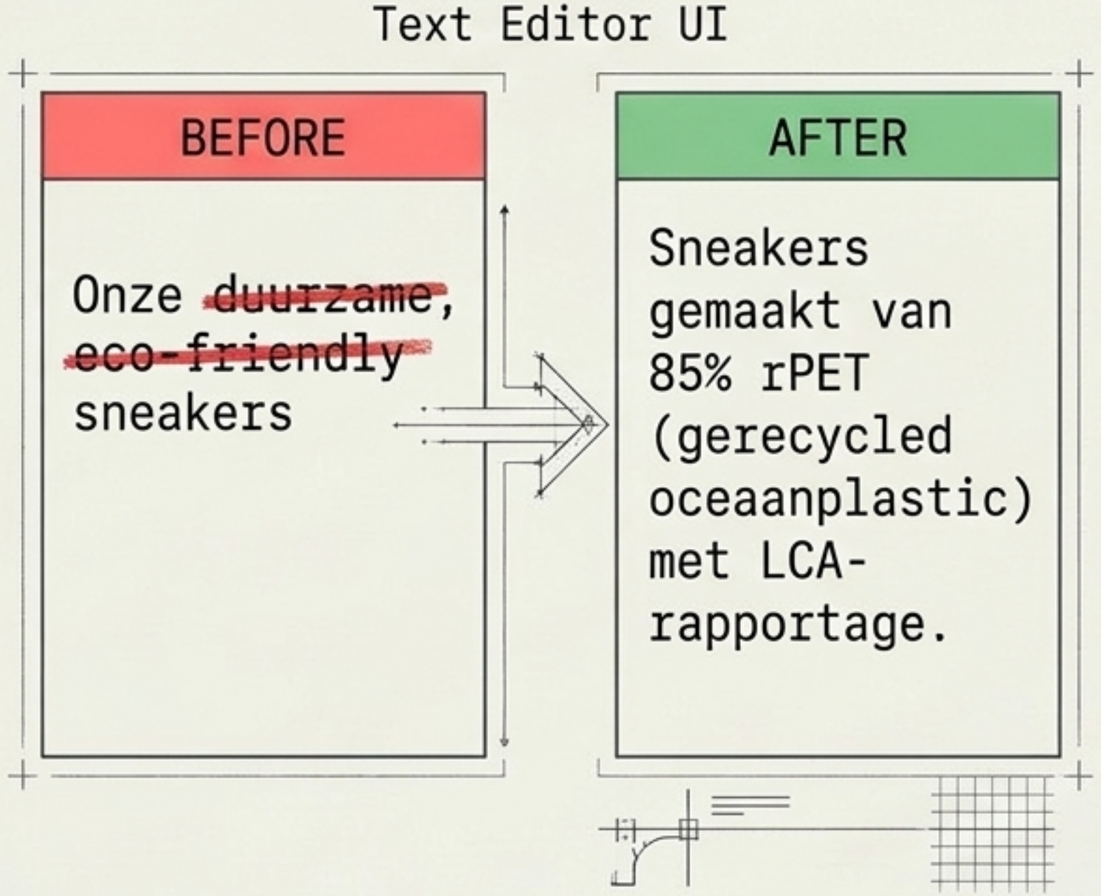
- Marketing copy strippen van subjectiviteit en herschrijven naar feitelijke, specifieke beweringen.

Hoe:

- Vervang subjectieve bijvoeglijke naamwoorden door harde, gecertificeerde datapunten.

KPI:

- 100% reductie van verboden, vage termen.



frank.news

Stap 4 — Verification Setup (Certificering)

Wat:

Wat:

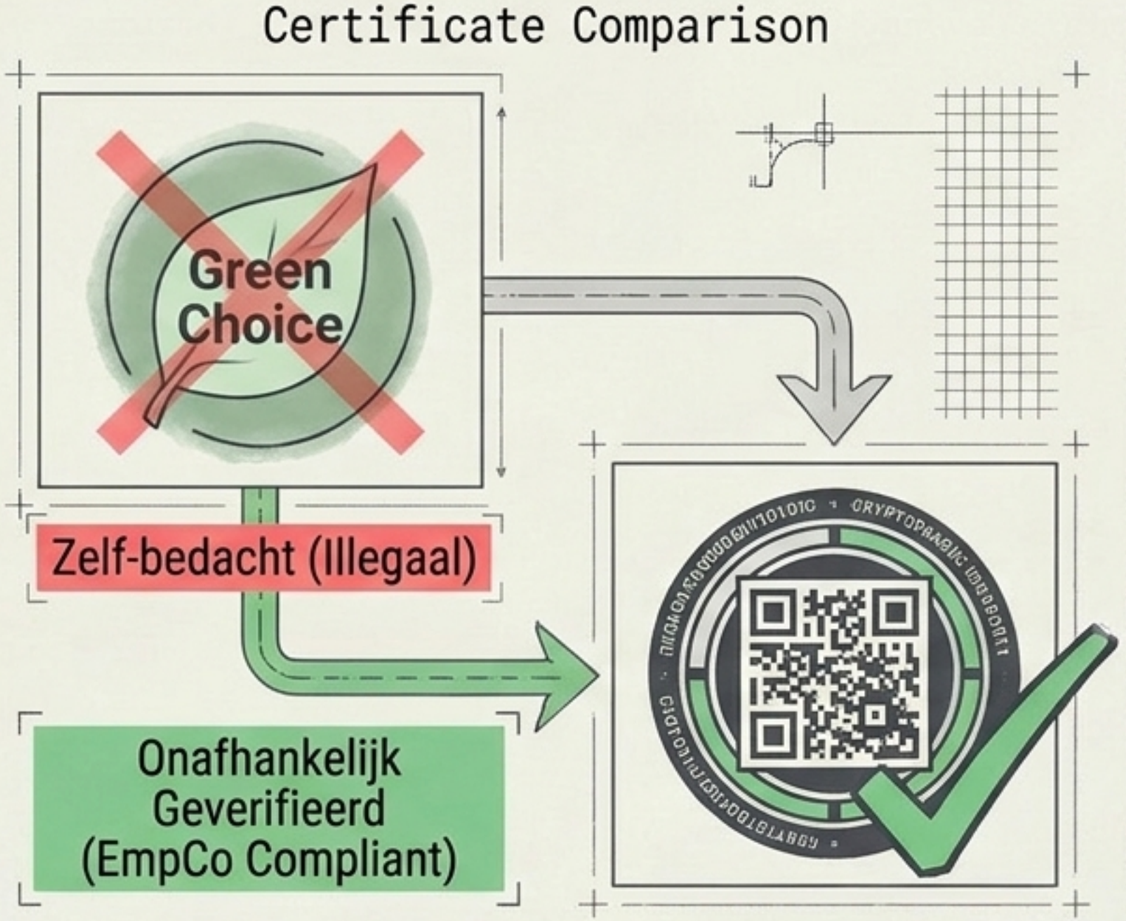
- Onafhankelijke, externe certificering regelen (pre-emptive audits) voordat een claim live gaat.

Hoe:

- Aansluiting zoeken bij uitsluitend erkende schema's of overheidslabels. Afscheid nemen van zelf-bedachte 'green badges'.

KPI:

- Aantal officieel erkende certificaten per productlijn.



frank.news

Stap 5 — Internal Training (Cultuur & Uitvoering)

Wat:

Wat:

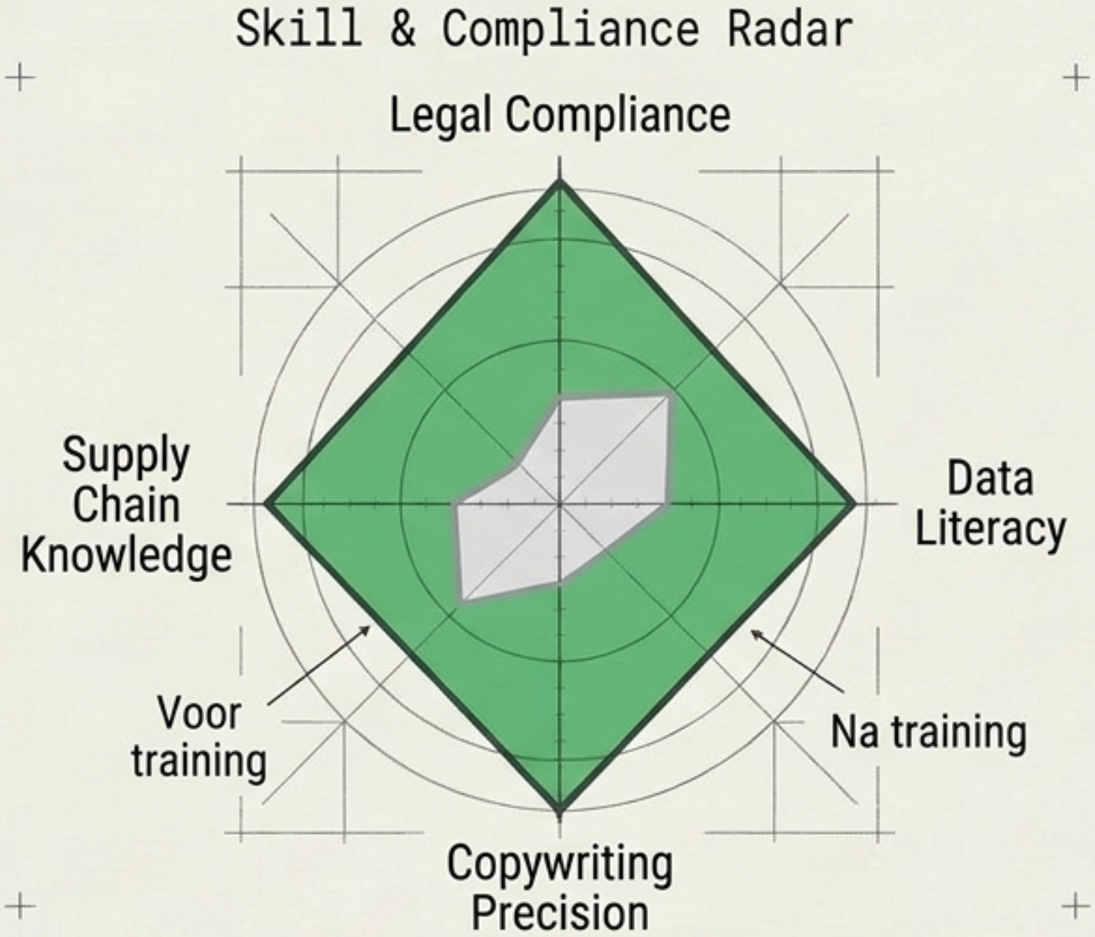
- Opleiden van marketing-, PR- en sales-teams in compliant en feitelijk communiceren.

Hoe:

- Juridische playbooks integreren in de dagelijkse marketing operations en briefing-sjablonen.

KPI:

- Team Awareness Score (gemeten via interne audits of kennistests).



frank.news

Best Practice: De ‘Storyproving’ Blauwdruk van Moyee Coffee

Als eerste getest tegen EmpCo via de Clean Claims app. Resultaat: transparantie verkoopt.

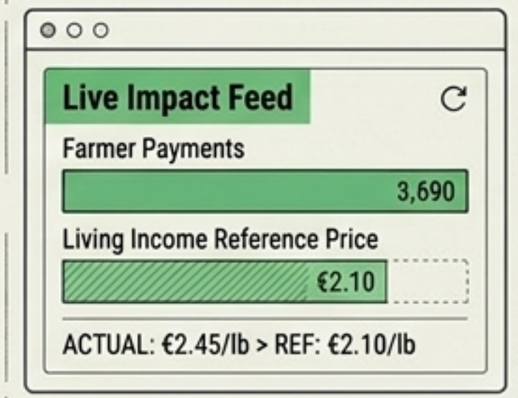


Herschreven copy: ~~‘100% transparent & fair’~~ geschrapt en vervangen door radicale eerlijkheid: ‘The world’s least unfair coffee company’.

Traceerbaarheid: Open data supply chain (FairChain B Corp). ✓

Klimaat: Keten-interne CO2-vastlegging

in plaats van ~~aangekochte compensatie-certificaten.~~



frank.news

Het Nieuwe Normaal: Do’s & Frontrunners

✓ Compliance Passed

De Do’s

- ✓ Concrete claims met verifieerbare data
- ✓ Erkende, onafhankelijke labels
- ✓ Full supply chain transparantie
- ✓ Pre-emptive third party audits

Tony’s Chocolonely

- ✓ Rapporteert openlijk fouten en tegenvallers (kinderarbeid in de keten).
- ✓ Hanteert vijf harde, meetbare inkoopprincipes.

patagonia

- ✓ Radicaal eerlijk: start rapport met ‘niets van wat we doen is duurzaam’.
- ✓ Rapporteert feitelijke stijging van eigen uitstoot (2% in 2025).

frank.news

De Oude Wereld: Don’ts & Gefaalde Campagnes

⊗ Audit Failed

De Don’ts (End-of-Life)

- ✗ Vage termen (‘groen’, ‘natuurlijk’)
- ✗ Cherry-picked data zonder context
- ✗ Toekomstbeloftes (netto-nul) zonder tussentijds bewijs
- ✗ Zelf-bedachte groene badges

KLM

- ✗ Campagne ‘Fly Responsibly’ veroordeeld.
- ✗ Misleidend en te rooskleurig beeld van SAF (Sustainable Aviation Fuel).

H&M

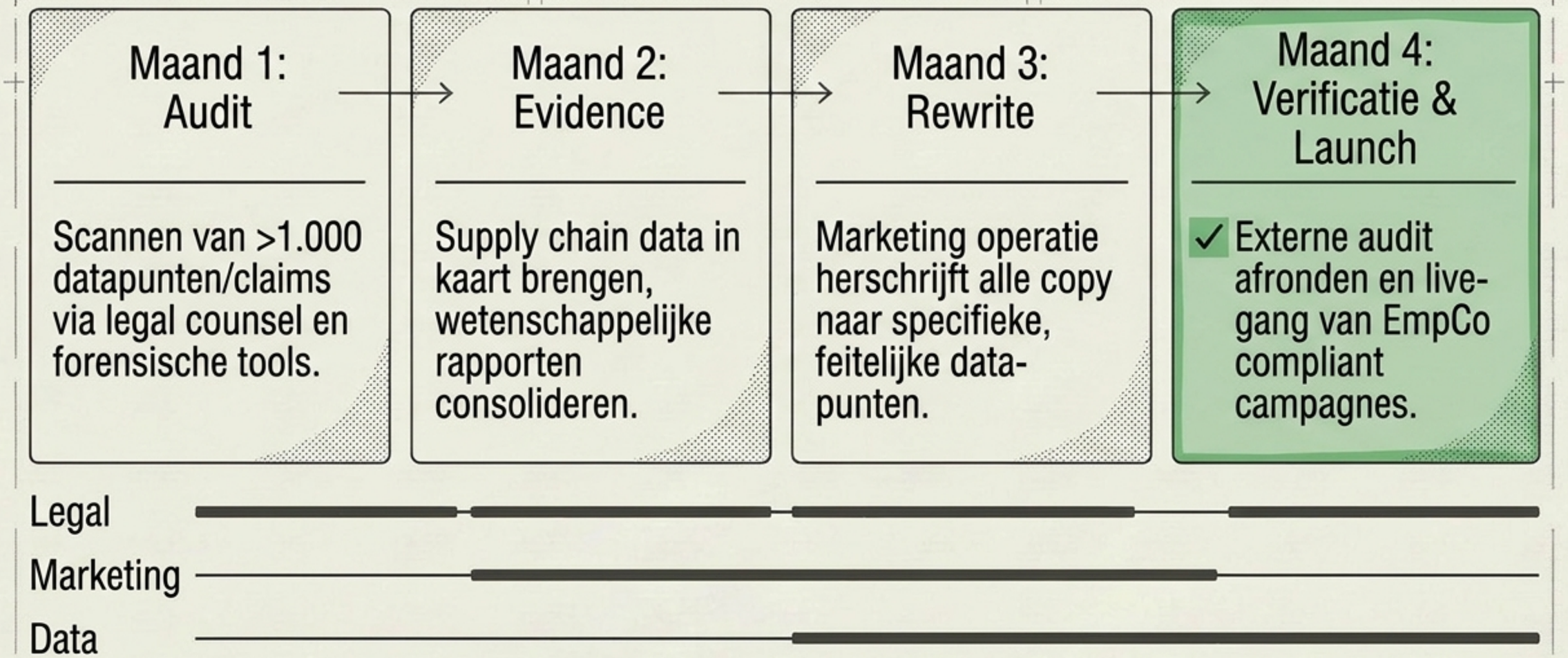
- ✗ ‘Conscious Choice’ lijn bevatte vaak meer synthetisch materiaal.
- ✗ Lijn volledig gestopt na ACM-schikking.

Shell

- ✗ Campagne ‘Drive CO2 Neutral’ verboden.
- ✗ Onbewezen CO2-compensatie door Reclame Code Commissie afgewezen.

frank.news

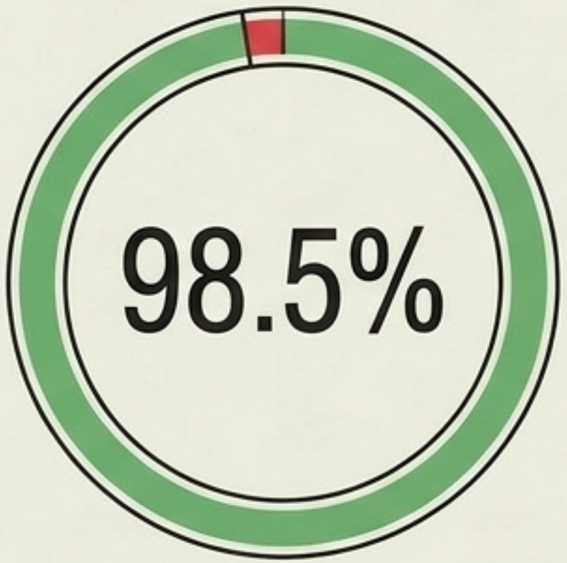
Implementatie Roadmap (120 Dagen)



frank.news

Het ‘Storyproving’ CMO Dashboard

Compliance Rate



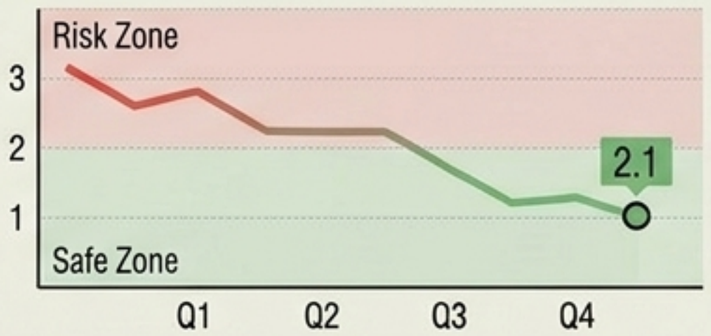
% van de marketinguitingen die 100% EmpCo compliant zijn.

Verified Claims Percentage



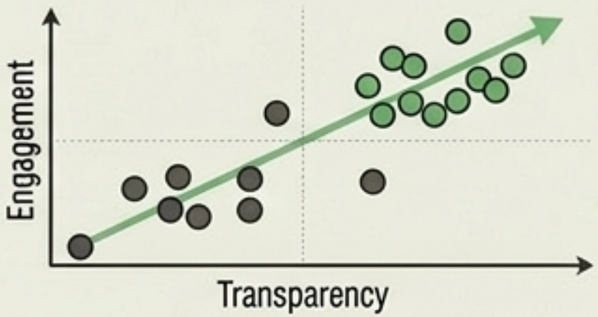
% claims voorzien van onafhankelijk bewijs.

Legal Risk Score



Real-time juridische risico-indexering.

Consumer Trust Metrics



Engagement data gelinkt aan transparante claims.

frank.news

Budgetrichtlijnen: De Kosten van Geloofwaardigheid

Compliance is een investering in merkwaarde die ver achterblijft bij de risico's van een ACM-boete.

MKB / Scale-ups

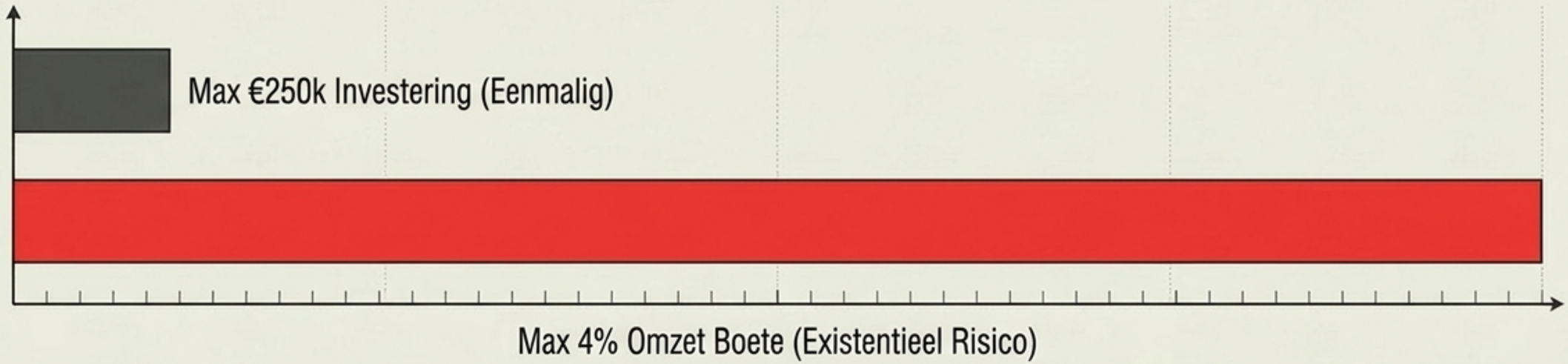
Investering: €15k - €50k

Focus: Initial audit + primaire certificeringstrajecten.

Corporate / Enterprise

Investering: €100k - €250k

Focus: Full compliance programma, cross-departementale training, end-to-end data systemen.



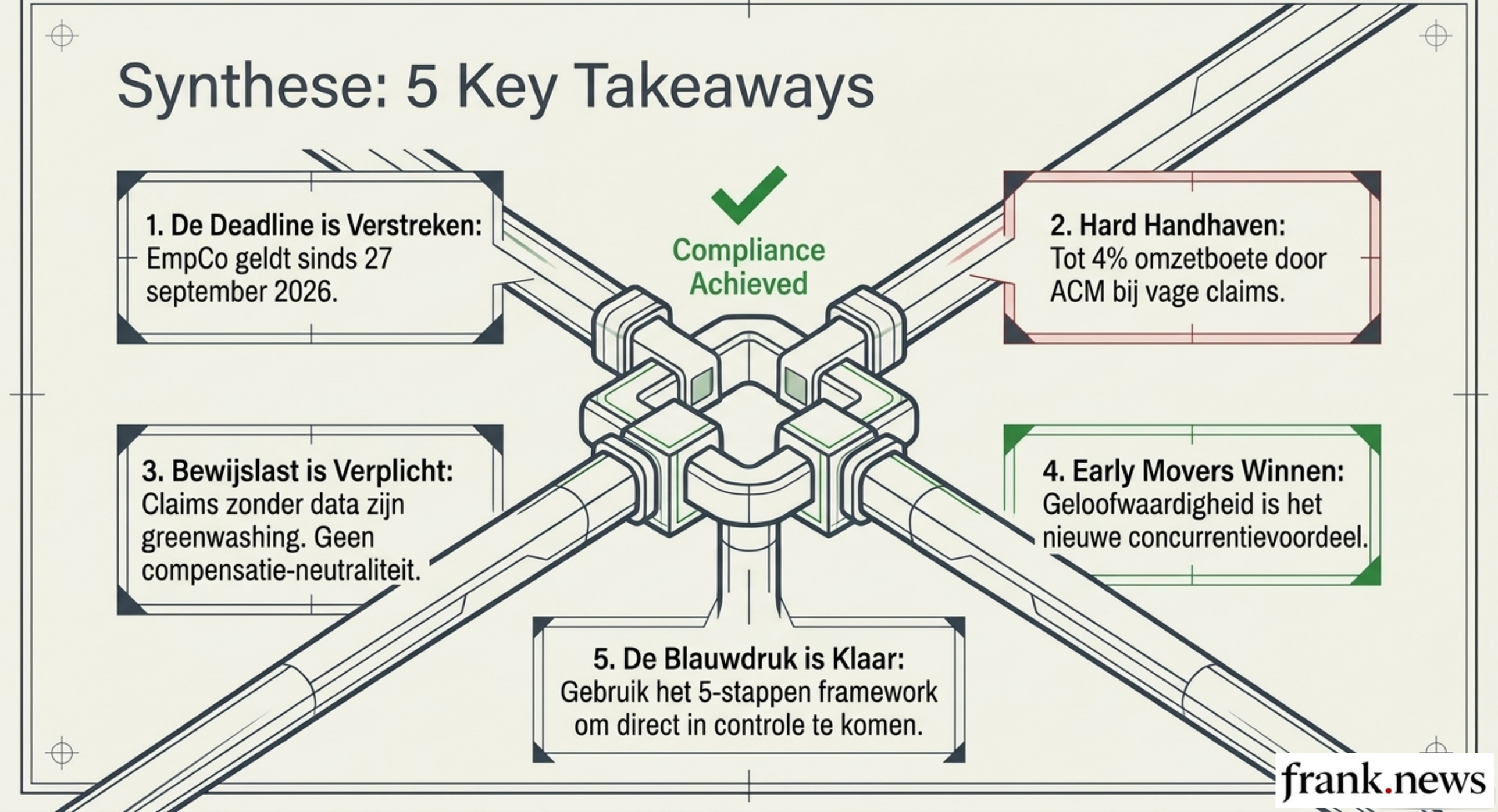
frank.news

Sectorspecifieke Risicoprofielen

	Hoog Risico	Sector B
Sector A	**Fashion** Focus op materialen (rPET, bio-katoen) vs. daadwerkelijke blend in kleding. (Zie precedent: H&M)	**Food** Focus op supply chain, leefbaar loon, ontbossing (EUDR). (Zie precedent: Moyee / Tony's)
Middel/Middel-Hoog Risico	**Beauty** Focus op 'natuurlijk' en 'clean' claims zonder wetenschappelijke, onafhankelijke basis.	**Tech** Focus op e-waste, daadwerkelijke recyclebaarheid en CO2-compensatie claims.

frank.news

Synthese: 5 Key Takeaways



1. De Deadline is Verstreken:
EmpCo geldt sinds 27 september 2026.

2. Hard Handhaven:
Tot 4% omzetboete door ACM bij vage claims.

3. Bewijslast is Verplicht:
Claims zonder data zijn greenwashing. Geen compensatie-neutraliteit.

4. Early Movers Winnen:
Geloofwaardigheid is het nieuwe concurrentievoordeel.

5. De Blauwdruk is Klaar:
Gebruik het 5-stappen framework om direct in controle te komen.

frank.news

Actieplan: De Volgende 3 Stappen

Wat de CMO morgen om 09:00 uur moet doen:

1. Start de Claim Audit

Zet een freeze op nieuwe uitingen en scan het huidige portfolio forensisch.

2. Betrek Legal Counsel

Smeed een alliantie tussen marketing en de juridische afdeling.

3. Selecteer een Certificeringspartner

Koppel het merk aan een platform (bijv. Clean Claims) voor harde bewijsvoering.

frank.news