



GREEN KEY COMMUNICATIERICHTLIJNEN

COMMUNICATIE VAN GREEN KEY-CERTIFICERING IN OVEREENSTEMMING MET EMPCO

1. Doel

Deze gids bevat regels en aanbevelingen voor het communiceren over de/je Green Key-certificering in marketing, reclame, websites, sociale media, persberichten, duurzaamheidsrapporten en gastcommunicatie.

Het doel is ervoor te zorgen dat alle Green Key-gecertificeerde bedrijven over hun certificering communiceren op een manier die nauwkeurig, transparant en consistent is met:

- Het Green Key Certificeringsschema
- De EU Empowering Consumers for the Green Transition (EmpCo)
- Consumentenbeschermingswetgeving
- Vereisten voor het handelsmerk en logo van Green Key

2. Kernprincipe

Green Key-certificering kan worden gecommuniceerd als een geverifieerde certificering van naleving van de Green Key-standaard.

Green Key-certificering mag niet worden gebruikt als bewijs dat een instelling milieuvriendelijk, milieuvriendelijk, volledig duurzaam of een algehele positieve impact op het milieu heeft, tenzij dergelijke claims onafhankelijk kunnen worden onderbouwd.

Eenvoudige regel:

Communiceer de *certificering*, niet een algemene claim van milieuvergelijking.

Correct: > "Het bedrijf is Green Key-gecertificeerd."

Onjuist: > "Dit is een groen hotel."

3. Wat gecertificeerde instellingen MOGEN communiceren

Gecertificeerde instellingen mogen feitelijke informatie communiceren over:

Certificeringsstatus

Voorbeelden:

- "Green Key gecertificeerde vestiging/locatie/bedrijf"
- "Dit hotel heeft een geldige Green Key-certificering."
- "Ons bedrijf heeft Green Key-certificering behaald."
- "We zijn gecertificeerd onder het Green Key milieu- en duurzaamheidscertificeringsprogramma."



Naleving van de Green Key Standaard

Voorbeelden:

- "Ons bedrijf voldoet aan de eisen van de Green Key-certificeringsstandaard."
- "Onze duurzaamheidsmanagementpraktijken zijn onafhankelijk beoordeeld via het Green Key-certificeringsproces."
- "Green Key-certificering bevestigt de conformiteit aan de Green Key-criteria op het moment van beoordeling."

Deelname aan duurzaamheidsinspanningen

Voorbeelden:

- "We zetten ons in om onze milieuprestaties te verbeteren."
- "We werken continu aan het verbeteren van onze duurzaamheidspraktijken."
- "Onze Green Key-certificering maakt deel uit van onze duurzaamheidsinspanningen."

4. Welke gecertificeerde instellingen NIET mogen communiceren

De volgende soorten claims mogen **NIET** uitsluitend worden gebruikt op basis van Green Key-certificering.

a) Brede milieucclaims die vermeden moeten worden

"We zijn een groen hotel."

"Wij zijn een milieuvriendelijk hotel."

"We zijn een duurzaam hotel."

"Wij zijn een klimaatvriendelijk hotel."

b) Claims over milieusuperioriteit

"Wij zijn een van de meest duurzame hotels."

"We zijn beter voor het milieu dan andere hotels."

"Wij zijn het groenste hotel in de regio."

c) Absolute milieucclaims

"We hebben geen milieueffect."

"We zijn milieuvriendelijk onschadelijk."

"We zijn 100% duurzaam."

"Hier verblijven is goed voor de planeet."

d) Ongefundeerde klimaatclaims

"We zijn koolstofneutraal."

"We zijn klimaatneutraal."



"Je verblijf heeft nul emissies."

Tenzij onafhankelijk geverifieerd onder een erkende methodologie.

5. Gebruik van het Green Key logo

Waar mogelijk moet het Green Key-logo vergezeld gaan van een tekst die duidelijk aangeeft dat het een certificering is.

Aanbevolen formulering:

- Green Key gecertificeerd bedrijf
- Houder van Green Key certificering
- Gecertificeerd door Green Key

Vermijd:

- —Green Hotel
- —Eco Hotel
- —Duurzaam hotel

6. Website en marketingmateriaal

Aanbevolen websitetekst

Dit bedrijf beschikt over het Green Key-keurmerk. Green Key is een internationaal erkend duurzaamheidskeurmerk voor toeristische en recreatieve ondernemingen. Het keurmerk toont aan dat het bedrijf onafhankelijk is beoordeeld en voldoet aan de strenge criteria van de Green Key-standaard op het gebied van duurzaamheid, milieuzorg en maatschappelijk verantwoord ondernemen.

Aanbevolen tekst op sociale media

We zijn trots op de Green Key-certificering te bezitten, waarmee we onze inzet voor milieubeheer en duurzaamheid binnen de toeristische/recreatieve sector erkennen.



7. Communicatierisicobeoordeling

Voordat ze een duurzaamheidsgerelateerde claim publiceren, dienen bedrijven te vragen:

1. Kan deze bewering direct worden geverifieerd? Als NEE → Publiceer niet.
2. Beschrijft de claim de certificering zelf? Als JA → Over het algemeen acceptabel.
3. Impliceert de bewering algehele milieusuperioriteit? Als JA → Publiceer niet tenzij het onafhankelijk is onderbouwd.
4. Zou een gemiddelde consument kunnen geloven dat deze bewering betekent dat het hele bedrijf milieuvriendelijk of duurzaam is? Als JA → Pas de formulering aan.

8. Praktische do's en don'ts

DOEN	NIET DOEN
Vermeld dat het bedrijf Green Key-gecertificeerd is Zie certificering en conformiteit met de norm	Beweren dat het bedrijf een "groen hotel" is. Claim algehele duurzaamheid uitsluitend op basis van certificering
Gebruik feitelijke en verifieerbare taal Leg uit wat Green Key-certificering betekent	Gebruik vage milieumarketingtaal Overdrijf de reikwijdte of betekenis van certificering
Koppel duurzaamheidsclaims aan specifieke acties en bewijs	Maak absolute of superioriteitsclaims zonder bewijs

9. Voorbeelden

Goed:

"Dit hotel is Green Key-gecertificeerd."

"Onze camping is onafhankelijk beoordeeld aan de hand van de Green Key-standaard."

"We hebben Green Key-certificering en werken continu aan het verbeteren van onze milieuprestaties."

"Green Key-certificering bevestigt conformiteit aan de Green Key-criteria."



Niet acceptabel:

"We zijn een groen hotel."

"Wij zijn een milieuvriendelijk bungalowpark."

"Green Key bewijst dat we duurzaam zijn."

"Ons museumbezoek is milieuvriendelijk."

"We zijn klimaatneutraal."

10. Verantwoordelijkheid

Gecertificeerde bedrijven zijn verantwoordelijk voor het waarborgen dat alle openbare duurzaamheidscommunicatie voldoet aan de toepasselijke consumentenbeschermingswetgeving.

Green Key behoudt zich het recht voor om wijziging of verwijdering van communicatie te eisen die de certificering verkeerd kan weergeven, een risico op greenwashing kan creëren of in strijd kan zijn met de communicatievereisten van Green Key.

Gouden Regel: Green Key-certificering toont conformiteit aan de Green Key-standaard. Het mag niet worden gepresenteerd als bewijs dat een bedrijf milieuvriendelijk, milieuvriendelijk of volledig duurzaam is.