

“We werken met kleine marges; veel ruimte is er niet”

Inmiddels is iedereen het er wel over eens dat de media-industrie haar ecologische voetafdruk zal moeten verkleinen. Bart De Maeyer, Regional CEO Nederland, België en Duitsland bij EMG, vindt dat ook een mooi streven, maar ziet hoe weerbarstig de praktijk kan zijn. “We hebben het niet allemaal zelf in de hand.”

Voor de goede orde: bij EMG hebben ze hun zaakjes goed voor elkaar. De ISO-certificering voor milieumanagement – voor liefhebbers: 14001 – hebben ze al jaren en ook ALBERT wordt gebruikt als klanten daar prijs op stellen. In het Verenigd Koninkrijk is een ALBERT-certificaat inmiddels een voorwaarde geworden en Nederland gaat ook die kant op, ziet De Maeyer. “EMG voldoet braaf aan de vereisten, maar we zijn eerder meelopers dan voorlopers. Wij zitten in een sector waar de marges onder zware druk staan, ook omdat wij het einde van de keten vormen. We doen wat we kunnen, maar het komt voor dat we niet kunnen meedoen aan een initiatief, omdat de daarmee gemoeide kosten voor ons te hoog zijn. Het moet wel uit kunnen, allemaal. Daarom kijken we steeds scherp naar wat we wel en niet kunnen doen.”

Bedrijfseconomisch

Het laaghangende fruit is wel geplukt, zoals inzamelacties van blikjes en flesjes, lichtbronnen vervangen door led, overall in het gebouw lichtschakelaars met bewegings-sensoren, mokken in plaats van weggooibekertjes en ook het wagenpark wordt stap voor stap omgezet naar hybride elektrische wagens. “Daar zitten wel beperkingen aan,” vertelt De Maeyer. “We hebben al verschillende keren gekeken of we onze vrachtwagens ook hybride konden maken, maar dat is gewoon nog niet mogelijk – voorlopig komen we niet verder dan biodiesel. Hier zouden stimulerende maatregelen



van de overheid het verschil kunnen maken, dan gaat zo'n transitie veel sneller. Wij zouden bijvoorbeeld ook graag zonnepanelen op ons dak leggen, maar dat kan niet omdat ons gebouw beschermd is. We hebben het niet allemaal zelf in de hand.”

Ook op het productievlak zijn de nodige stappen gezet. De Keuken Kampioen Divisie en het vrouwenvoetbal doet EMG inmiddels volledig remote vanuit Hilversum. “We hebben ons sterk gemaakt voor het inzetten van die techniek, omdat het ons in de toekomst veel kan opleveren. Nu is dat nog niet echt het geval: in een klein land als Nederland zijn de voordelen tamelijk gering – zoveel reiskosten besparen we er ook weer niet mee. En vergeet niet: leuk dat wij investeren in die techniek, maar de klant mag het natuurlijk niets extra's kosten – ook zij zoeken naar mogelijkheden om goedkoper te produceren. Onderaan die hele keten werken we met kleine marges, dus veel ruimte om te experimenteren is er gewoon niet. Het moet bedrijfseconomisch wel blijven kloppen.” ●

“Hardware wordt software, dat scheelt kilo's in transport”

Als iedereen zo enthousiast is over sustainable broadcasting als Patrick Brand van NEP Nederland, dan komt het wel goed met de branche. Hij somt een lange lijst maatregelen op, die ervoor moeten zorgen dat in 2030 de uitstoot per werknemer met 50% is verminderd. Daarvoor hebben ze nu – onder meer – de NEO als geheime wapen. “Die kan 8 uur lang zelfstandig opereren, een dieselgenerator is niet meer nodig.”

NEP Nederland, marktleider in broadcast- en mediaservices voor producenten, zenders en streamers, is al jaren in het bezit van de ISO14001-certificering. Brand, hoofd marketing en communicatie, spreekt over “toewijding aan de hoogste milieunormen” en “voortdurend investeren in innovatieve technologieën voor duurzaamheid”.

Zo heeft het ‘Green Team’, met afvaardigingen uit alle lagen van het bedrijf, de afgelopen jaren diverse projecten gerealiseerd, die jaarlijks 81,1 ton aan CO₂-uitstoot besparen. Alle studiobelichting is vervangen door energiezuinige led-armaturen, het wagenpark is verduurzaamd en NEP maakt volop gebruik van windenergie, om maar wat te noemen. Brand: “Onze belangrijkste innovatie is het Connected Production Ecosysteem, waarmee we efficiënter en duurzamer televisieproducties kunnen realiseren. Veel apparatuur die normaal gesproken op meerdere plekken, bijvoorbeeld in televisiewagens, staat, wordt nu centraal ingezet. We zien dat hardware steeds meer zal worden vervangen door software, waardoor minder kilo's de weg op hoeven en we dus significant minder uitstoot hebben.”

Remote productie

Televisiewagens, Outside Broadcast Vehicles oftewel OBV's, zullen blijven bestaan, maar met minder vaste apparatuur en meer werk- en laadruimte. Zo heeft NEP in Engeland onlangs een wagen in gebruik genomen die een combinatie is van een OBV en een materiaalwagen. Brand: “Deze wagen, de NEO, wordt vooral ingezet bij Engels voetbal. Hij is voorzien van zonnepanelen, deels gemaakt van gerecycled kunststof en in staat om, eenmaal opgeladen, 8 uur lang zelfstandig te opereren als er geen groene huisstroom voorradig is. Er is dan dus geen dieselgenerator meer nodig.”

Sinds 2015 heeft NEP veel geïnvesteerd in remote productie, waarbij een deel van de technische ploeg op locatie is en een ander deel in Hilversum aan de programma's werkt. Dit scheelt niet alleen veel reisbewegingen, vertelt Brand, maar zorgt er ook voor dat mensen met een lichamelijke beperking makkelijker hun werk kunnen doen. “Tegen 2030 willen we onze uitstoot per werknemer met 50% hebben verminderd, we zullen ook onze leveranciers betrekken bij die klimaatdoelen. Ik denk dat technologie en creativiteit zo mooi kunnen samenkomen in een duurzame toekomst.” ●



“Programma’s gebruiken voor duurzaam gedrag”

Bij de VPRO is duurzaamheid een integraal onderdeel van de bedrijfsvoering. Elleke Claessen is senior producer bij Tegenlicht en duurzaamheidscoördinator binnen de speciaal in het leven geroepen Club Groen. “We betrekken medewerkers bij de besluitvorming, waardoor draagvlak ontstaat.”



Claessen: “Laatst vertelden twee producers van een reality-programma van een commerciële omroep dat ze in een huis vol mensen tweedehands kleding promoten. Ik had niet verwacht dat zij zich daarmee zouden bezighouden, laat staan dat ze het op zo’n slimme manier op tv krijgen – ze hebben waarschijnlijk ook nog eens drie keer zoveel kijkers als wij. Je kunt programma’s maken over klimaatverandering, het verlies van biodiversiteit en wat je allemaal anders kunt doen, maar je kunt programma’s ook gebruiken om duurzaam gedrag te normaliseren. Bijvoorbeeld door bewust in beeld te brengen dat je elektrisch rijdt of met de trein gaat.”

“Duurzaamheid kreeg bij de VPRO al in 2017 een prominente plek op de agenda. Er werd budget voor vrijgemaakt en een klein team, onze groene club, ging er meteen mee aan de slag. In het begin vreesde men nog dat de inhoud eronder zou lijden, maar inmiddels denken mensen juist actief mee. Natuurlijk moeten we mooie programma’s maken, maar we kunnen wel samen kijken hoe we dat zo duurzaam mogelijk doen. Het helpt dat we bij de VPRO geen top-downbenadering hebben. We betrekken medewerkers bij de besluitvorming, waardoor draagvlak ontstaat.”

Lokale crew

“In 2050 willen we volledig klimaatneutraal zijn, met in 2030 een reductie van 50% in CO₂-uitstoot ten opzichte van 2019. Daarvoor zetten we nu al concrete stappen: van zonnepanelen tot een contract met MyWheels en van een subsidiepotje om medewerkers te stimuleren duurzaam te reizen tot een nieuw vliegbeleid, waardoor onze zakelijke reizen beter worden overwogen. Als reizen noodzakelijk is, dan beperken we het aantal reizigers en kijken we naar duurzame alternatieven. Voor *Tegenlicht* combineerden we bijvoorbeeld 2 interviews in de buurt van San Francisco, waarvoor we vroeger twee volledige teams van 3 mensen zouden hebben gestuurd. Nu werkten we met een lokale cameravrouw en geluidsman en één regisseur uit Nederland. De andere regisseur was er digitaal bij. Natuurlijk vraagt zo’n aanpak meer voorbereiding en vergt het goede afspraken, maar het is een werkwijze die we in de toekomst vaker willen toepassen.”

Leidende rol

“Trots zijn we ook op wat we, samen met een aantal andere omroepen, hebben bereikt met ons pensioenfonds. We zijn veel in gesprek geweest met PNO Media en dat heeft z’n vruchten afgeworpen. Wat ons betreft nog niet genoeg, maar er is nu een fossielvrijere beleggingsportefeuille. Daarnaast ontwikkelen we samen met de Digital Society School een tool, die praktische hulp biedt aan productieteams en duurzame keuzes vergemakkelijkt.”

“Een van de grootste uitdagingen is dat duurzaamheid binnen de publieke omroep nog niet overal even hoog op de agenda staat. Het heeft niet bij alle omroepen de prioriteit die het mijns inziens zou moeten hebben. Ik hoop dat de NPO hier een meer leidende rol in gaat spelen. Duurzaamheid zou een vanzelfsprekend onderdeel moeten zijn van het werk in de mediabranche. Ik wil blijven zoeken naar innovatieve manieren om onze impact te verkleinen, zonder concessies te doen aan de kwaliteit van de programma’s. Het is een uitdaging, maar als sector hebben we de creativiteit en de middelen om dit waar te maken.” ●

“Hier worden grote stappen gemaakt”

Verduurzaming kun je niet breed genoeg bekijken, vindt Jiske Walstra van BNNVARA. Van vegetarische lunches tot datastorage en gericht divesteren in olie- en gaswinning: al 8 jaar zet zij zich in om de omroepsector groener en schoner te laten opereren. “Het is belangrijk een sterke duurzaamheidsvisie te hebben.”



Walstra is binnen BNNVARA verantwoordelijk voor de inkoop van vrijwel alles wat faciliterend is voor de mediaproducties. Sinds ze in 2016 bij de omroep kwam werken, heeft ze zich beziggehouden met de vraag hoe het productieproces van programma’s milieuvriendelijker kon. Daarvoor richtte zij in 2018 een interne duurzaamheidswerkgroep op, die tijdens een maandelijkse lunch verbeterthema’s vaststelde en daarop actie ondernam. “Als je ziet hoeveel we in die jaren hebben bereikt, is dat best indrukwekkend. Binnen een jaar was er een plan gemaakt om het woonwerkverkeer aan te pakken. Dat heeft geresulteerd in een aangepast fietsenplan, waardoor het makkelijker werd om een elektrische fiets aan te schaffen. Ook zijn de ov-kosten nu volledig gedekt en de kilometervergoedingen voor grijze auto’s iets verlaagd. Daarnaast is er minder vlees in de kantine en hebben we onze hoeveelheid afval verder gereduceerd. Een belangrijk thema was financiën: onze pensioenen en eigen investeringen. Waarin wordt er geïnvesteerd en past dit bij wie wij zijn als omroep? Samen met de VPRO en PNO Media hebben we de ambitie om te divesteren uit alles wat met de olie- en gaswinning te maken heeft. Hier worden grote stappen gemaakt.”

Minder, minder, minder

Alles wat je kunt doen om de CO₂-uitstoot te verminderen, is belangrijk, vindt Walstra. Je kunt overal stappen zetten, of het nu gaat om catering, verwarming, zonnepanelen, het reduceren en recyclen van afval of de vraag of er kartonnen bekertjes of aardewerken mokken bij de koffieautomaat moeten staan. Ook de hoeveelheid reisbewegingen is geëvalueerd. “We reizen nu minder vaak naar het buitenland

en binnen Europa reizen we zoveel mogelijk met de trein.” Sinds 2018 doet BNNVARA mee aan ALBERT, aldus Walstra. “Hierin zijn wij een van de koplopers. Dit jaar doen alle vaste titels structureel mee. Ook gaan we kortlopende titels aan ALBERT laten deelnemen. Grote dramaproducties als *De Ring*, *Oogappels* en *De Toeslagenaffaire* doen al mee en zijn allemaal gecertificeerd.” Minder decoropslag, meer kleding huren of tweedehands kopen, veel recyclen en zelfs de breakdowns bij dramaproducties worden niet allemaal meer van papier gedaan, maar zoveel mogelijk digitaal. Al in 2017 heeft BNNVARA samen met Production People, NEP en Mediapark Beheer twee studio’s volledig voorzien van ledlampen.

Datahonger beteugelen

Bij Europese aanbestedingen hanteert BNNVARA inkoopvoorwaarden waarin duurzaamheidseisen een belangrijke rol spelen. Deelnemers moeten allemaal hun visie op en activiteiten voor duurzaamheid meenemen in de offerte. Walstra: “Ik snap dat wij in de cloud werken en het uitzendproces volledig digitaal is, maar ik heb ook gelezen dat Google twee kerncentrales wil gaan bouwen om de AI-datacentra te voorzien van energie. Dat vraagt om een duidelijke visie: we moeten verantwoordelijkheid gaan nemen voor onze CO₂-uitstoot.” Ze gaat nog net niet de editsets langs om te checken of ze allemaal – op één na natuurlijk, voor spoedgevallen – zijn uitgeschakeld, maar het scheelt niet veel. “Weet je, of je nu rechts bent of links, dat maakt helemaal niets uit. Het gaat hier over de leefbaarheid van de aarde voor onze kinderen en kleinkinderen. Zo simpel is het.” ●

“Elke investering in vergroening is uiteindelijk een besparing”

De weg naar een duurzame mediabranche loopt in Hilversum sowieso via de burelen van de NPO, die mediawettelijk een coördinerende en faciliterende rol heeft. Op welke manier kan die omroepen en producenten helpen hun uitstoot te verminderen? .”

“Onze betrokkenheid bij dit thema is niet alleen ingegeven door wet- en regelgeving,” vertelt Stefan Veugen, manager finance bij de NPO, “maar juist ook uit maatschappelijke verantwoordelijkheid. Zelf houd ik me in dit proces niet bezig op titelniveau, daar probeer ik van weg te blijven. Wel kijk ik naar, bijvoorbeeld, het intekenproces: omroepen komen met ideeën bij de NPO en het is mijn taak om te kijken of de beschikbare gelden daarvoor doelmatig en zorgvuldig worden besteed. Daar komt duurzaamheid nu als extra eis bij.”

Koen Parren, strategieadviseur bij NPO: “Zo coördineren wij de toepassing van ALBERT binnen de publieke omroep. Wij zorgen dat we de nodige licenties hebben van de ALBERT-organisatie in het Verenigd Koninkrijk, zodat alle publieke omroepen daarvan gebruik kunnen maken. We hebben



ook trainers in dienst, die kunnen helpen bij het inzetten van ALBERT. Daarnaast maken we afspraken met omroepen over het aantal titels dat ze gaan voorzien van een ALBERT-certificaat. Het zou mooi zijn als het de standaard kan worden in de hele mediasector. Afgelopen juni hebben we met de producentenverenigingen NCP en NAPA een samenwerkingscode gesloten, waarin staat dat in 2030 alle geplaatste programma's voorzien zijn van een ALBERT-calculatie.”

Nulmeting

Zoals elk bedrijf heeft de NPO al diverse maatregelen genomen om zelf ook duurzamer te opereren, van zonnepanelen en elektrische leaseauto's tot energiezuinige klimaatinstallaties en ledlicht met bewegingssensoren. Parren: “We hebben in 2022 zelfs een award gekregen voor het duurzaamste gebouw op het Media Park. Ons pand heeft label A, terwijl voor dit type kantoorpand C verplicht is. Dit jaar zijn we druk bezig geweest met een berekening van de CO2-voetafdruk van alle publieke omroepen en de NPO zelf. Dat is het startpunt, onze nulmeting, zodat we daar de komende jaren transparant over kunnen communiceren en gerichte maatregelen kunnen nemen.”

“Het lijkt misschien vanzelfsprekend dat verduurzaming belangrijk is, maar het behoort niet tot het primaire proces; niet iedereen staat te springen hiervoor inspanningen te moeten verrichten. Er zijn studies genoeg die aantonen dat elke investering in vergroening uiteindelijk een besparing is, maar de indruk is nog steeds dat het vooral geld kost. Daarom is het zo belangrijk dat binnen een omroep mensen dedicated op dit onderwerp zitten. Mensen die vol in een productie zitten, zien elke praktische of administratieve inspanning voor verduurzaming al snel als extra moeite.” Voor de bedrijfsmatige en productionele verduurzaming van de mediasector zoekt de NPO volop samenwerking met externe producenten en commerciële omroepen. Er zijn duidelijke doelen gesteld voor emissiereducties in 2030, maar het is geen eenvoudig proces daarvoor intern alle omroepneuzen dezelfde kant op te krijgen. Parren: “Dat klopt, als publieke omroep zijn we best ingewikkeld georganiseerd. Tegelijk betekent dat niet dat het onmogelijk is om iedereen achter deze verduurzamingsagenda te krijgen. Ik heb er alle vertrouwen in dat we onze ambities voor 2030 gaan waarmaken.” ●

“De uitstoot van onze programma's moet omlaag, dat is onvermijdelijk”

Voor auto's en staalfabrieken is het duidelijk, maar wat is precies de ecologische voetafdruk van tv-programma's? Op welke manier wordt het milieu belast als een format succesvol de beeldbuis bereikt – en hoe kun je die impact reduceren? RTL heeft zich daarvoor een ambitieus doel gesteld voor 2030. “Duurzaamheid is steeds meer een vast onderdeel van onze producties.”



In 2019, het jaar voordat corona de tv-schema's flink overhoop zou halen, is RTL begonnen met het analyseren van de ecologische impact van het bedrijf zelf en van alle bedrijfsactiviteiten. Liefst 90% van de uitstoot komt voort uit de tv-producties, zo bleek. Niet zo merkwaardig, want alles draait om het bedenken en produceren van content. Deze conclusie zette duurzaam produceren wel boven aan de lijst van prioriteiten.

“We zijn in 2022 gestart met ALBERT, dat bleek een goede tool om bewustzijn te creëren binnen productieteams”, vertelt Sander Heithuis, RTL-communicatieadviseur Corporate Social Responsibility. “Deze duurzaamheidstool laat mooi zien aan welke knoppen we kunnen draaien om onze uitstoot te verlagen. Onze eerste ervaring met certificering via ALBERT deden we op in 2022, voor de productie van Beat The Champions, een RTL 4-programma geproduceerd door ITV Studios. Door de inspanningen van mijn collega's Charles-Edouard Monier en Gijs Timmermans zijn we meer en meer producties met ALBERT gaan produceren en dat merken we: die programma's hebben significant minder uitstoot. Dat komt natuurlijk ook doordat na het verduurzamen van een productie de rest van de uitstoot wordt gecompenseerd. We hebben afgesproken met productie-

maatschappijen en andere omroepen dat ALBERT uiteindelijk de standaard gaat worden voor onze programma's.”

Breed gedragen

Het nadenken over duurzaamheid begint al bij de conceptie van een nieuw format, zegt Heithuis. “Waar vindt een programma plaats? Hoe gaan we daarheen en met hoeveel mensen? Welk materiaal gebruiken we voor het decor, waaruit bestaat de catering? Uiteindelijk zullen we op een andere manier moeten gaan produceren. De uitstoot van het reizen moet ook omlaag, willen we ons target op het gebied van duurzaamheid halen: klimaatneutraal zijn in 2030.”

Voor het nieuwe seizoen van *Te Land*, *Ter Zee* en *In De Lucht*, dat door ALBERT is gecertificeerd, zijn veel duurzame keuzes gemaakt. Zo draait de productie op groene energie en worden de decorstukken hergebruikt. Heithuis: “We merken dat het bewustzijn dat we moeten verduurzamen, breed wordt gedragen. We hoeven niet meer uit te leggen waarom we duurzaamheid centraal zetten in onze producties. En het mooie is: omdat het op veel plekken al vanzelfsprekend op de agenda staat, worden er direct acties aan verbonden.” ●



“Kennis van de eigen uitstoot leidt meteen tot andere keuzes”

De productie zonder enige uitstoot bestaat nog niet, maar bij Banijay Benelux zijn ze hard bezig om daarbij in de buurt te komen. Samenwerking met contentproducenten, zenders en sponsors-adverteerders is daarbij onontbeerlijk, vertelt ESG-manager Saartje Gerritsen. “Hergebruik is niet alleen duurzamer, het scheelt ook geld.”

Elektrische bootjes, zeep op waterbasis, decorstukken van gerecycled materiaal en alle vliegende – vooral: vallende – voertuigen zo duurzaam mogelijk gebouwd: *Te Land, Ter Zee En In De Lucht* is Banijays eerste volledig ALBERT-gecertificeerde productie. Dat was alleen mogelijk, aldus Saartje Gerritsen, ESG-manager Banijay Benelux, door de inzet van het productieteam van EndemolShine Nederland en omdat alle betrokken partijen – de Efteling, de Nationale Postcode en RTL – goed meewerkten.

“Het is ons eerste voorbeeld in wat een lange reeks moet worden: vanaf 2025 zetten we elk programma in de ALBERT-calculator en de helft daarvan moet ook het certificaat krijgen. We zijn bezig onze Banijay-studio's in de MediaArena te certificeren, de eerste groene studio's van Nederland, en doen nu meer aan hergebruik van onze set- en studiodecors, zoals we dat bij al *Miljoenenjacht* en *GTST* doen. De rekensom is simpel: het is niet alleen flink duurzamer, maar ook voordeliger. Daarnaast zetten we 'green teams' op binnen onze contentproducenten en samen met Banijay Entertainment, onze internationale organisatie, werken we ook aan een internationaal duurzaamheidsplan. De duurzaamheidsgedachte is goed doorgedrongen in onze bedrijfsvoering, mijn baan is daarvan het bewijs.”

Inspiratiesessies voor draagvlak

Via samenwerking met organisaties als Greenscreen, consultant in klimaatbewuste mediaproductie, en virtual realtyspecialist ReadySet Studios werkt Banijay aan het terugdringen van de ecologische footprint. Rekentool ALBERT

toonde feilloos aan dat de meeste winst valt te behalen in catering, vervoer en decor. Gerritsen: “Dat betekent niet dat we stoppen met producties in het buitenland, maar wel dat we vaker met lokale crews gaan werken. Ook de kleine stapjes zetten we: zo min mogelijk plastic gebruiken, alleen nog oplaadbare batterijen, hergebruik van decors, vegetarische catering. Al die kleine initiatieven samen maken een groot verschil.”

Met RTL, Talpa, NPO, ITV en Fremantle beijvert Banijay zich voor een ALBERT Consortium Nederland, waarbij iedereen uit de branche zich kan aansluiten. Kennis van de eigen uitstoot leidt meteen, en vaak onherroepelijk, tot andere keuzes, zegt Gerritsen. “Wij betrekken alle collega's in onze organisatie – van productie, redactie en overhead tot freelancers en stagiairs – bij dit proces. Alles draait om bewustwording, daarvoor organiseren we ook allerlei inspiratiesessies en trainingen. Die bewustwording geldt ook onze kijkers. Onze contentproducenten bereiken samen miljoenen kijkers per dag. Zonder het vingertje te heffen, kunnen wij duurzame keuzes normaliseren door actief gebruik te maken van 'placement': laten zien hoe het hoort.” ●



Saartje Gerritsen