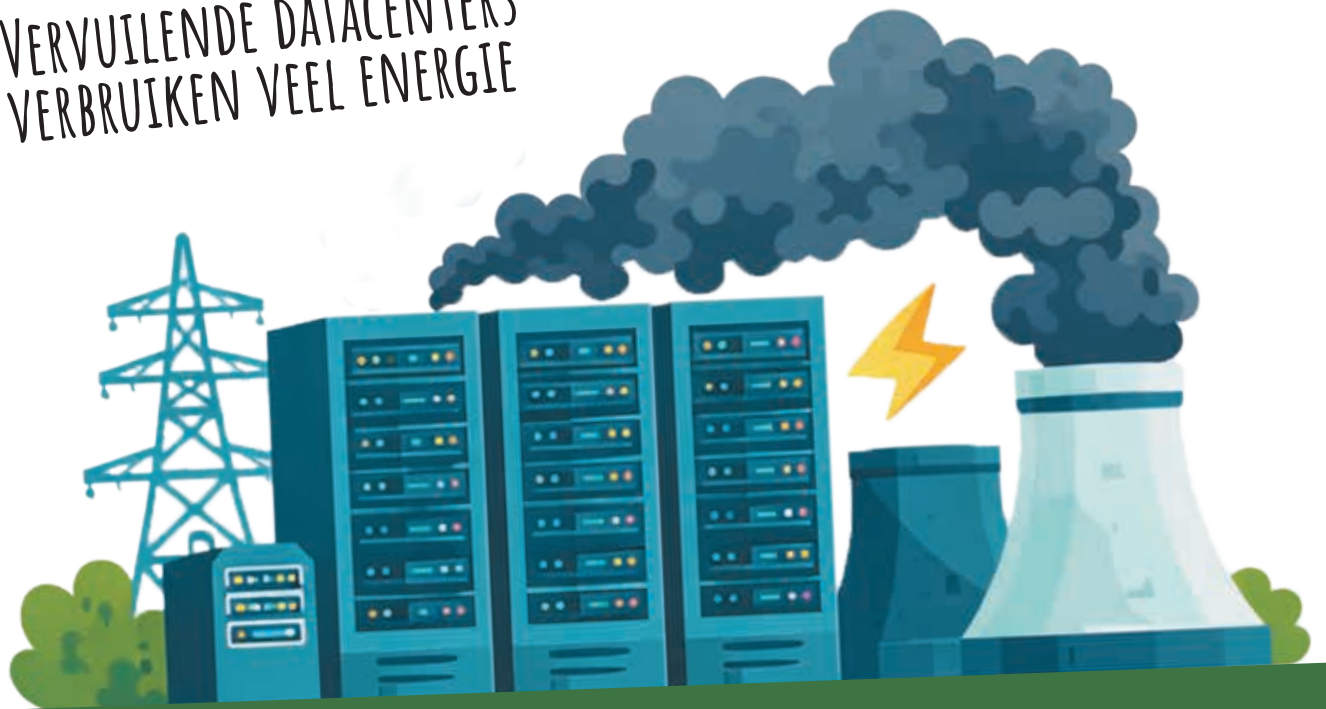


VERVUILENDE DATACENTERS
VERBRUIKEN VEEL ENERGIE



Reclame op papier is veel beter voor het milieu dan digitale reclame



DRUKWERK IS
TOT WEL 5X BETER
VOOR HET MILEU



Vaak wordt gedacht dat digitale reclame beter is voor het milieu dan papier. Het tegendeel blijkt waar volgens een Duits wetenschappelijk onderzoek. Sterker nog: papieren reclamefolders zijn tot wel vijf keer beter voor het milieu dan digitale folders. Dat komt vooral door de enorme hoeveelheid energie die nodig is voor servers, computers en telefoons en laptops. Papier wordt vaak hergebruikt en drukkerijen zijn steeds groener geworden.

Duits instituut levert bewijs: digitaal is vervuilerder

Het vooraanstaande Duitse Öko-instituut, vergelijkbaar met het Nederlandse TNO, heeft maandenlang papieren en digitale folders en reclame uit Europese landen met elkaar vergeleken. Daaruit kwam de conclusie dat papieren folders wel 5 keer minder CO₂ uitstoten. Reclames in kranten en magazines zijn 30% schoner dan reclame via internet.



ONLINE BROCHURE
3360 KG CO₂

CO₂ VOETAFDruk



PRINT BROCHURE
642 KG CO₂

12 MILJOEN NEDERLANDERS LEZEN PAPIEREN FOLDERS



Papieren folders en reclame blijven populair

Niet alleen voor het milieu is papier een goede keuze; Nederlanders lezen ook nog steeds graag van papier. Uit onderzoek blijkt dat bijna 12 miljoen Nederlanders van 18 jaar en ouder papieren folders lezen. Dit aantal is al een tijd stabiel. Voor veel mensen betekent drukwerk ook een rustmoment. Mensen bekijken folders vaak met volle aandacht aan de keukentafel, wat zorgt voor een betere herinnering aan producten en aanbiedingen.

Goed voor de planeet én je portemonnee

Omdat een folder gemiddeld meerdere dagen in huis blijft liggen, wordt de boodschap regelmatig gezien door verschillende gezinsleden. Dit werkt als een sterke motivatie voor winkelbezoek. Bijna de helft van de lezers komt direct in actie na het zien van een papieren aanbieding, aldus onderzoeksbureau GfK. Dat is goed voor de portemonnee, want juist supermarkten, bouwmarkten en drogisterijen stunts elke week met enorme kortingen. Denk aan acties als 4 artikelen voor de prijs van 2 artikelen. Mensen die folders lezen kunnen op koopjes jagen en veel geld besparen.





Milieuvriendelijker papier voor veel mensen een verrassing

Omdat er tot dit jaar nog geen diepgravend onderzoek is gedaan, denken mensen dat papieren reclame vervuilerder is dan digitale. Dat is logisch omdat reclamemakers, adverteerders en gemeentes dat steeds herhaalden. Er werden jammer genoeg ook beslissingen genomen op basis van deze foutieve gedachte. Gemeentes ontmoedigden de verspreiding van folders zelfs. Voor bedrijven die reclame maken, is dit onderzoek dan ook belangrijk. De status en imago van papier is dankzij het Duitse onderzoek positief veranderd. Papieren reclame is een verantwoord onderdeel van reclame en de gevolgen voor de planeet zijn dus veel minder groot dan mensen dachten.

Waarom is digitaal vervuilerder?

Digitale reclame is slecht voor het milieu door het enorme gebruik van data. Voor online folders zijn grote computers, servers en netwerken nodig. Deze verbruiken erg veel stroom en water. Bij advertenties op websites wordt het grootste deel van de vervuiling veroorzaakt door de apparaten van de mensen die reclames op hun smartphone, tablet of computer bekijken. Ook technologieën zoals AI (kunstmatige intelligentie), het personaliseren van reclames en het volgen van onlinegedrag van mensen door bedrijven vreten energie. De vraag naar energie en water voor datacenters groeit hierdoor erg snel. Er zijn dan ook flinke discussies, vooral vanwege de grote vraag naar schaars water en energie in de hele wereld.



Drukkerijen zijn groener dan ooit

De grafische sector investeert al jarenlang in verduurzaming. Dat gebeurt bijvoorbeeld door papier opnieuw te gebruiken. Gemiddeld wordt papier in kranten, folders en huis-aan-huisbladen zeven tot negen keer hergebruikt. Bovendien gebruiken drukkerijen steeds meer groene energie en is in de productie steeds minder energie nodig door slimmer te produceren. Drukwerk is daardoor veel duurzamer dan de meeste mensen denken.

Tijd voor een frisse blik bij adverteerders, reclamemakers en gemeentes

Dankzij het Duitse onderzoek is duidelijk dat de informatie waarop beslissers hun keuzes mede baseren onjuist is. Uit onderzoek van GfK blijkt bovendien dat papieren reclame veel effectiever is. Het is dus tijd voor een nieuwe frisse blik op reclame, waarbij keuzes zijn gebaseerd op de juiste feiten en niet op verkeerde aannames. Voor adverteerders, reclamemakers en gemeentes verandert er dus veel. Dat is goed voor de Nederlander: meer informatie én financieel voordeel.



KIES VOOR GROENER!
Kies voor drukwerk!



Meer weten? Scan de QR-code