



Convenant Green Cinemas 2025 Meetup#1

Op weg naar een aantoonbaar duurzaam filmtheater

Agenda

- Welkom
- Introductie
- Convenant Green Cinema's 2025
- What's the news
- Kijkersvraag
- Verankering van duurzaamheid
- Pauze
- Rondje langs de velden
- Duurzame inkoop
- Afronding en volgend overleg
- Ondertekening convenant en fotomoment

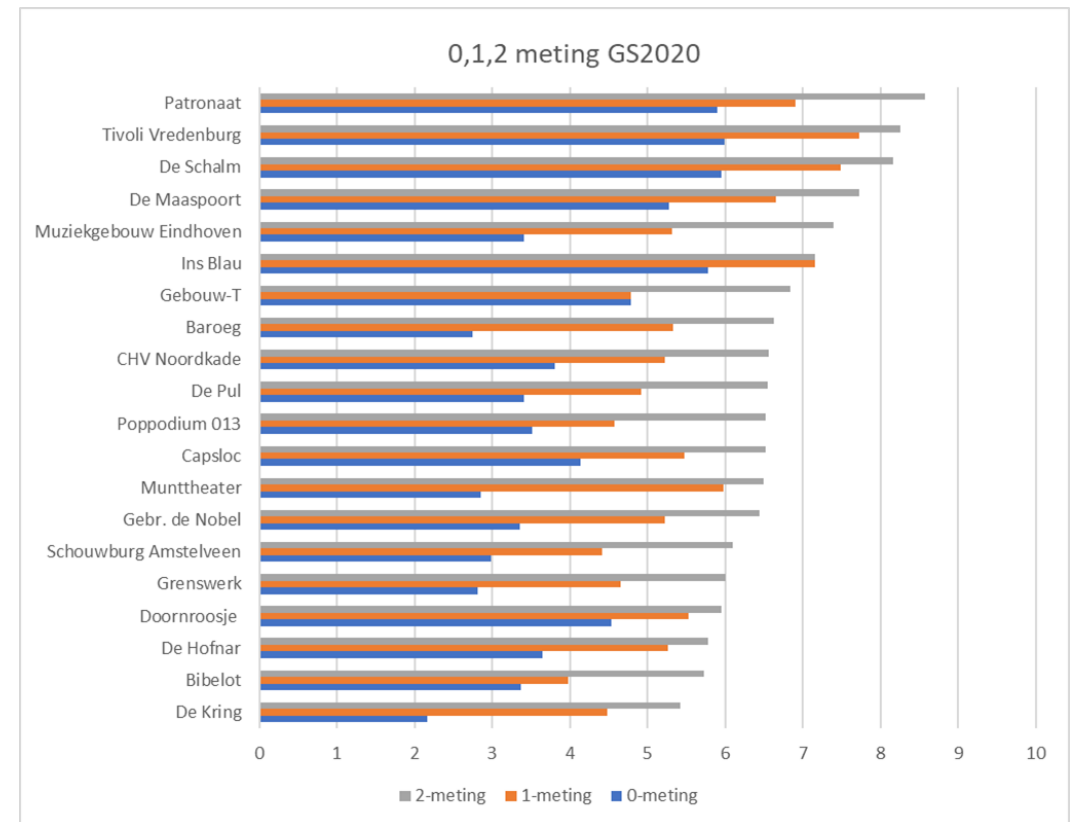
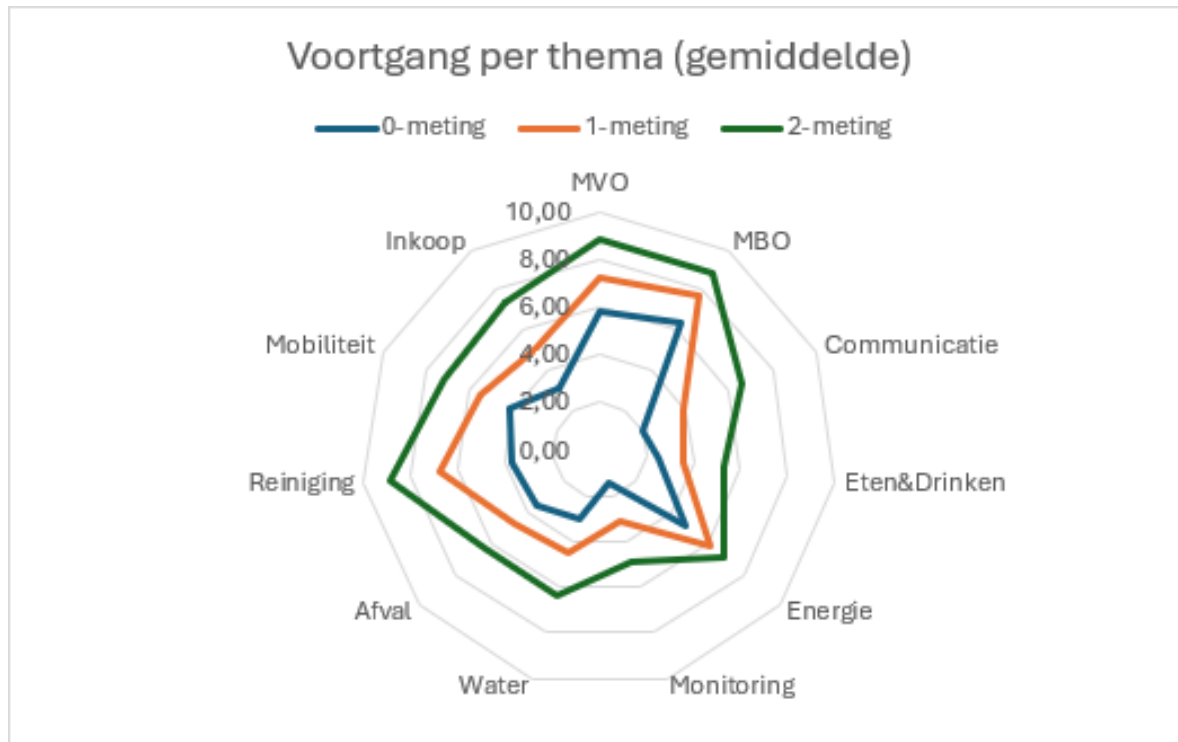
Convenant Green Cinema's 2025

- Verankeren van duurzaamheid in organisaties staat centraal
- 3-jarig programma
 - Individueel traject
 - 0-meting, 1-meting, 2-meting, actieplan, helpdesk
 - Collectief traject
 - 4 bijeenkomsten per jaar
 - Kennisdeling
 - Wet- regelgeving
 - Best practices
 - Innovaties
 - Certificering optioneel
- Kosten 1500 euro per deelnemer per jaar (exclusief optionele certificeringskosten)



Convenant Green Cinema's 2025

- Vergelijkbaar met traject GreenStages2020
- Deelnemers : Lumière en Gigant



Structuur

- Individueel: Jul-Okt 0-meting
 - Interview
 - Bezoek op locatie
 - Rapportage met verbeterpunten
 - Actieplan
 - Helpdesk
- Collectieve kennisdeling
 - What's the news
 - Kijkersvraag
 - Rondje langs de velden
 - 2 thema's
 - Online of Fysiek?
- Certificering optioneel
 - Inhoudelijk onderdeel van kennissessies

What's the news

Kunsten'92

AMBITIES ROUTEKAART VERDUURZAMING CULTUUR

Met deze routekaart schetst de culturele en creatieve sector (ccs) een pad: op welke wijze kunnen we het hoofd bieden aan de grote transitie waar we nu voor staan. Voor onze sector is dit tweeledig:

1. Het aanjagen van het verduurzamen van de sector zelf. Dat betekent: met oog voor de bijzondere maatschappelijke meerwaarde van kunst en cultuur streven naar een **maximale reductie van de uitstoot van CO2 door de culturele en creatieve sector zelf**.
2. De sector in staat te stellen **een sleutelrol te spelen in de transitie van verduurzaming van/in andere sectoren**, door middel van anders denken, verbeelding en het vergroten van bewustwording over verduurzaming in de samenleving.

De vier thema's en doelstellingen

- ***Klimaatneutrale gebouwen***

In 2050 zijn alle culturele gebouwen aardgasvrij en energieneutraal.

- ***Duurzame mobiliteit***

In 2050 komen alle bezoekers in de culturele sector met een emissieloos transportmiddel naar locatie en daarnaast worden alle producten en artiesten met een emissieloos transportmiddel naar locatie gebracht.

- ***Verbruik van materialen***

In 2050 worden alle culturele producten circulair geproduceerd van herbruikbare materialen. Daarnaast worden producten in de sector niet als afval bestempeld maar aangeboden als herbruikbaar product of duurzaam verwerkt.

- ***Circulaire bedrijfsvoering***

In 2050 zijn meerjarenbeleidsplannen opgesteld vanuit een 'green first' principe en heeft de culturele sector een circulaire bedrijfsvoering.



What's the news

CSRD

Definitief voorstel EU bevestigt versoepeling CSRD

3 maart 2025
Esso van Riesen



De Europese Commissie heeft vorige week een definitief voorstel gepresenteerd met versoepelingen voor meerdere duurzaamheidsrichtlijnen, waaronder de Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) en de Corporate Sustainability Due Diligence Directive (CSDDD). Dit voorstel maakt deel uit van een zogeheten Omnibus-richtlijn, een wetswijziging die meerdere bestaande regels in één keer aanpast.

- Grote organisaties met minder dan 500 werknemers hoeven pas vanaf 2027 (in plaats van 2025) te rapporteren.
- Beursgenoteerde MKB-bedrijven krijgen uitstel tot 2028 (voorheen 2026) en worden mogelijk helemaal vrijgesteld.
- De Europese Commissie stelt voor om het aantal organisaties dat onder de CSRD valt met 80% te verminderen. Alleen organisaties met meer dan 1000 werknemers en een omzet boven €450 miljoen blijven verplicht om te rapporteren.*



What's the news

Wet- & Regelgeving

Meerderheid Tweede Kamer stemt voor afschaffing plastic taks en uitzondering kartonnen bekertjes

11-03-2025

De regels omtrent de Single Use Plastic (SUP) wetgeving worden, wat staatssecretaris Jansen (I&W) betreft, per 1 januari 2026 aangescherpt. In de Tweede Kamer is hierover veel te doen. Vooral de kartonnen beker met plastic coating versus de herbruikbare beker leidt tot veel discussie. In de Tweede Kamer zijn hierover moties ingediend en daarover is vandaag gestemd.

Een meerderheid van de Kamer is voor de afschaffing van de plastic taks en voor een uitzondering van de kartonnen bekertjes met plastic coating met een goed inzamel- en recyclingstelsel. Ook roept de Kamer Jansen op om gedegen onderzoek te doen naar wat nu werkelijk duurzamer is, de kartonnen beker met plastic coating of de herbruikbare beker.



What's the news



▲ Boska is een van de bedrijven met een B Corp-label. © Boska

Albert Heijn, Nespresso en Bol: allen hebben ze label voor duurzaamheid: klopt dat nog wel?

De mayonaise van Oliehoorn, de worteltjes van Hak en zelfs de koffiecups van Nespresso: ze worden allemaal door een 'B Corp' gemaakt. Ofwel een bedrijf dat winst maakt, maar zich ook inzet voor een betere wereld. Alleen nu ook multinationals zich laten certificeren, rijst de vraag: lijkt dit niet alsnog op greenwashing?

Sanne Wolters 06-03-25, 09:30



What's the news



Nieuws Een digitaal toegankelijke website: hoe begin je?

BRON
DEN.nl

Een digitaal toegankelijke website: hoe begin je?

5 maart 2025

Per 28 juni 2025 gaat de European Accessibility Act (EAA) in. Deze wet verplicht alle websites en mobiele apps in Europa te voldoen aan de richtlijnen voor digitale toegankelijkheid.

Deze wet is ook van toepassing op websites van culturele organisaties. Ben je nog niet begonnen met toegankelijkheid? Start vandaag zodat je in juni kan voldoen aan de wet en zodat ook jij een digitaal toegankelijke website hebt waardoor nog meer mensen kunnen genieten van cultuur.

https://vnpf.nl/nieuws/een-digitaal-toegankelijke-website-hoe-begin-je/?utm_source=MailingLijst&utm_medium=email&utm_campaign=06-03-2025



Kijkersvraag :



?



Agenda

- Welkom
- Introductie
- Convenant Green Cinema's 2025
- What's the news
- Kijkersvraag
- Verankering van duurzaamheid
- Pauze
- Rondje langs de velden
- Duurzame inkoop
- Afronding en volgend overleg
- Ondertekening convenant en fotomoment

Verankeren van duurzaamheid Management en organisatie

DUURZAAMHEID

Is

BUSINESS AS USUAL

is

TOEKOMSTBESTENDIGHEID



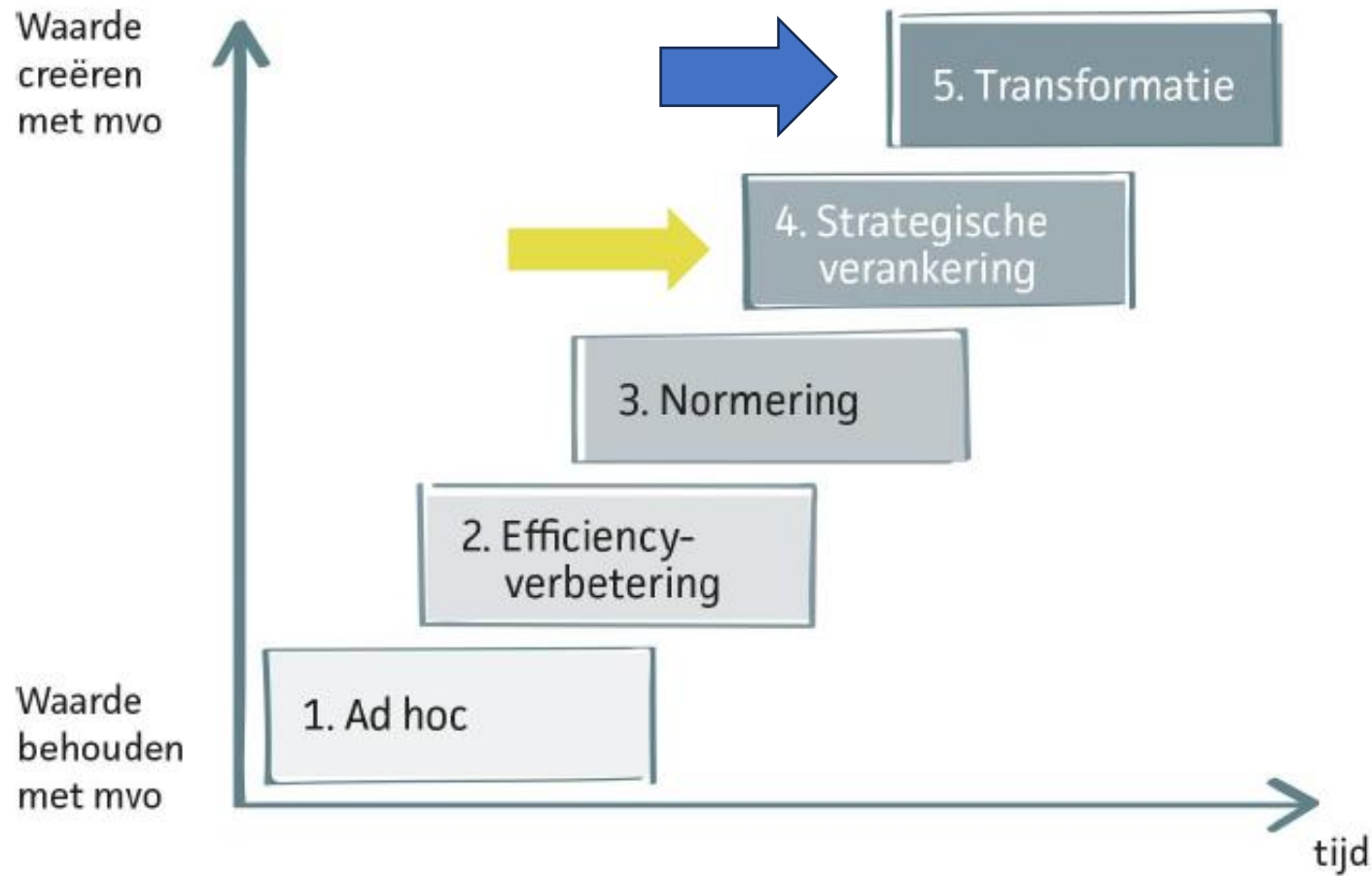
Positionering van duurzaamheid



Bron: Be Open



Ontwikkelstadia Duurzaam ondernemen



Bron: Be Open

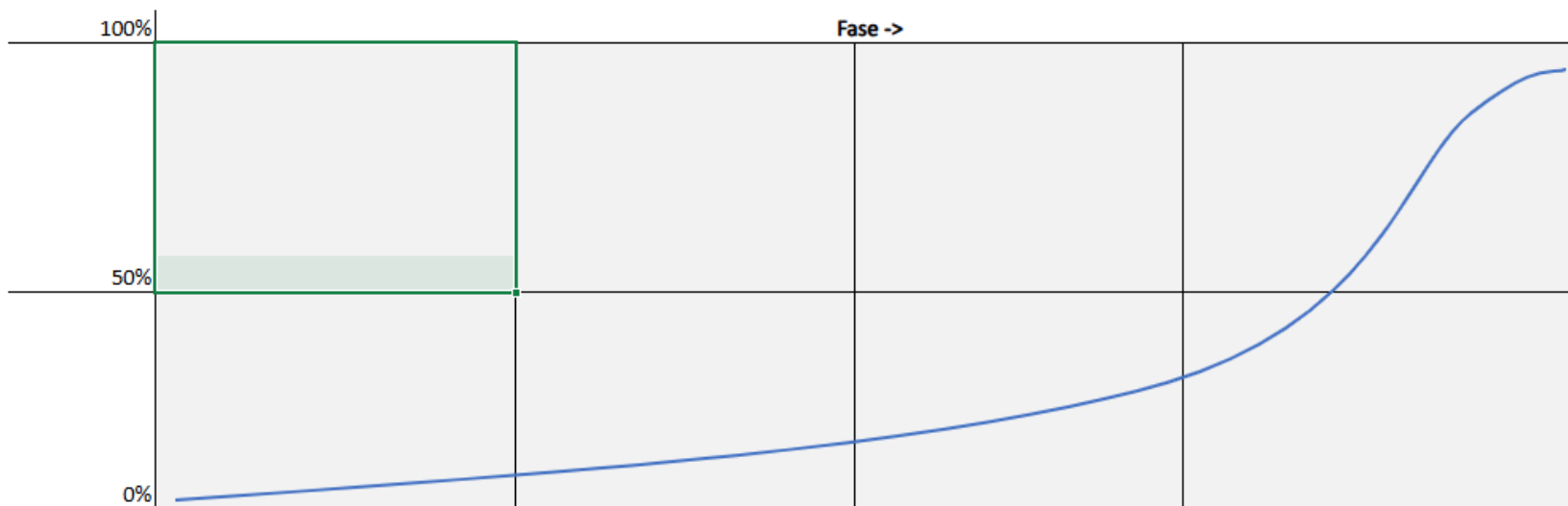


Waar sta je?

"IF YOU WANT TO HAVE A DIFFERENT OUTCOME, YOU HAVE TO CHANGE THE RULES OF THE GAME! -
Lucas Simons (NewForesight)

Framework voor duurzame transformatie

	Beginfase (babyfase)	Competitiefase (kindertijd)	Kritische massa (pubertijd)	Institutionalisering (volwassenheid)
Organisaties	Starten, leren, projecten, pilots, actieagenda, voldoen aan wet- en regelgeving	Samenwerken, omarm, labels, beloon koplopers, maak visie en criteria duidelijk, ontwikkel groene services, werk aan borging en monitoring	Heb een visie, neem beleidsdrempels weg, ga voor opschaling, monitor de ontwikkeling, participeer in platforms, werk aan communicatie	Zorg dat achterblijvers aanhaken, zorg voor transparantie, communiceer, monitor de ontwikkeling



Praktische stappen

- **Een visie op duurzaamheid ontwikkelen:** Door duurzaamheid een plek te geven in je strategie, maak je het voor zowel jezelf als je stakeholders duidelijk waar jullie het verschil willen en kunnen maken.
- **Duurzaamheidsbeleid optuigen:** Begin met het ontwikkelen van een duurzaamheidsbeleid dat bij jouw bedrijf past. Dit kan bijvoorbeeld betrekking hebben op afvalbeheer, CO2-reductie, mobiliteit of persoonlijke ontwikkeling.
- **Doelen en KPI's opstellen:** Wanneer doen jullie het goed, als het gaat om sociale en ecologische impact? Waar sturen jullie op? Het is belangrijk om te bepalen wat jullie kengetallen zijn in relatie tot duurzaamheid en welke kwalitatieve en kwantitatieve doelen jullie najagen. Zodat jullie deze ook kunnen monitoren.
- **Beginnen met rapporteren:** Je kunt klein beginnen, bijvoorbeeld door alleen intern te rapporteren. Om op die manier te leren wat waardevolle informatie is om ook extern te delen, op je website, in je jaarverslag of *impact report*. Transparant zijn over je duurzaamheidsinspanningen wordt gewaardeerd (en dus uiteindelijk geëist).
- **Samenwerking met partners opzoeken:** Je bent niet de enige voor wie werken aan en/of rapporteren op duurzaamheid relatief nieuw is. Werk samen met je leveranciers, klanten of zelfs concurrenten om duurzame praktijken in de hele toeleveringsketen te bevorderen. Zo houdt je ook de vinger aan de pols t.a.v. wat zij van jou verwachten.
- **Opleiding en bewustwording:** Hoe beter jullie als team begrijpen waar duurzaamheid over gaat, wat Scope 1, 2 en 3 emissies zijn, waarom diversiteit, gelijkwaardigheid en inclusie een belangrijk onderwerp is, hoe beter jullie in staat zijn om met alle bovenstaande punten aan de slag te gaan. Ook wakkert het de intrinsieke motivatie om te verduurzamen verder aan.



Verankering



Betrouwbaar

Vertrouwen
Respect
Doen
Focus op
Inspirerend
Milieubewust
Risiconemend
Empathisch

Continu Verbeteren
Blijven leren
Kwaliteit
Maatwerk
Innovatie
Integer
Creatief
Samenwerken

Efficiënt
Spiritueel
Plezier
Duurzaam
Wendbaar

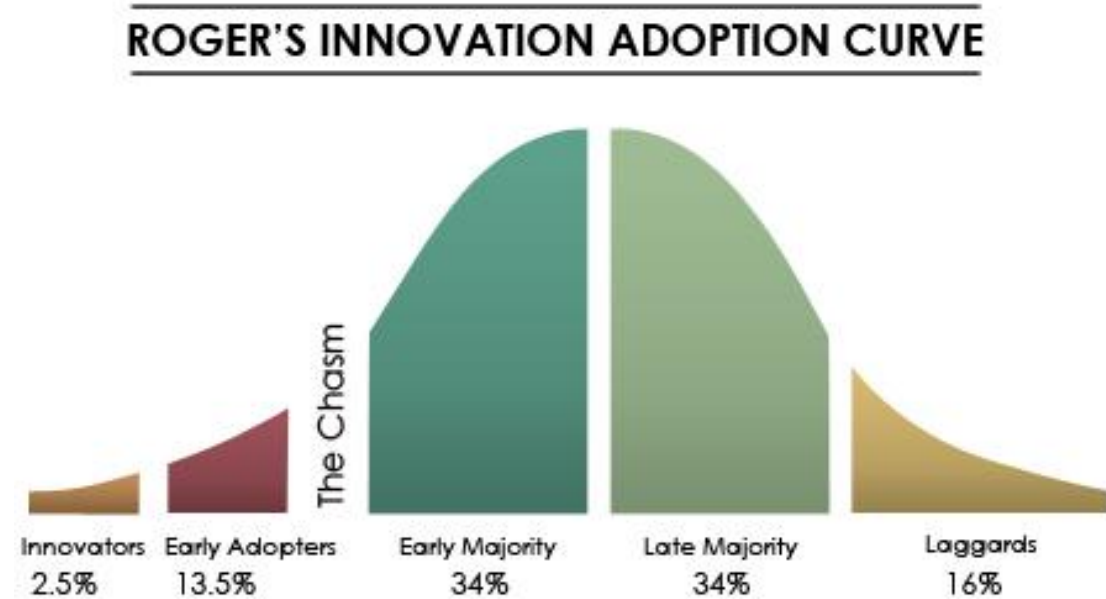
Resultaatgericht

Klantgericht



Organisatorische voorwaarden:

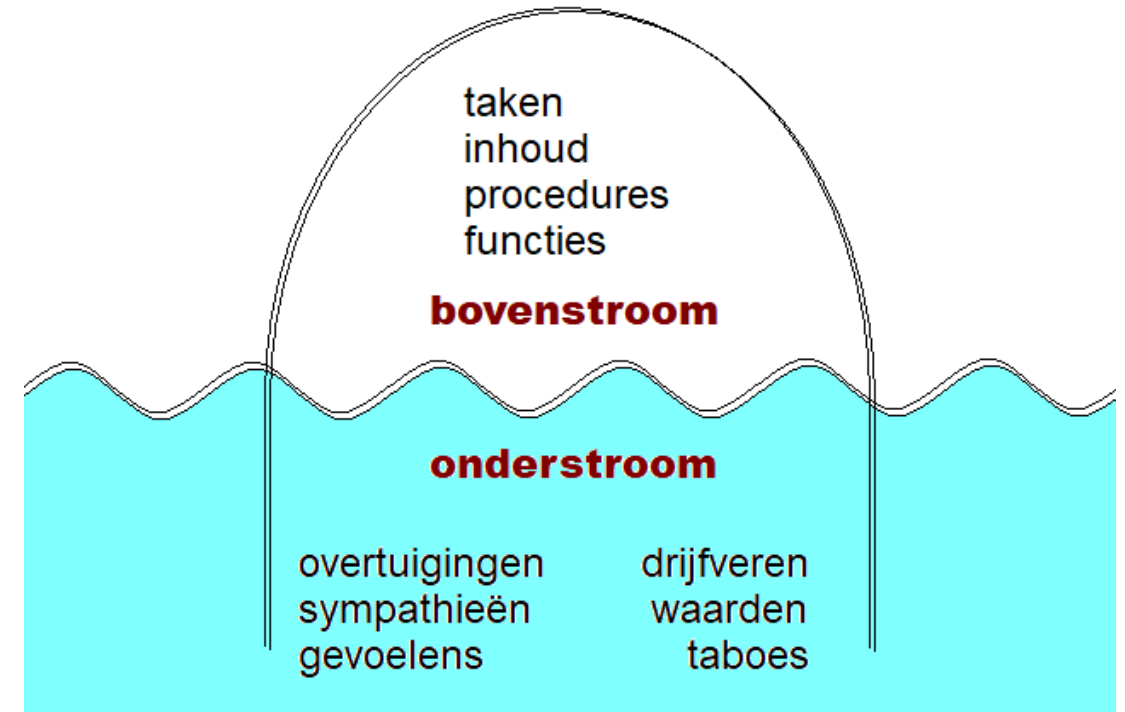
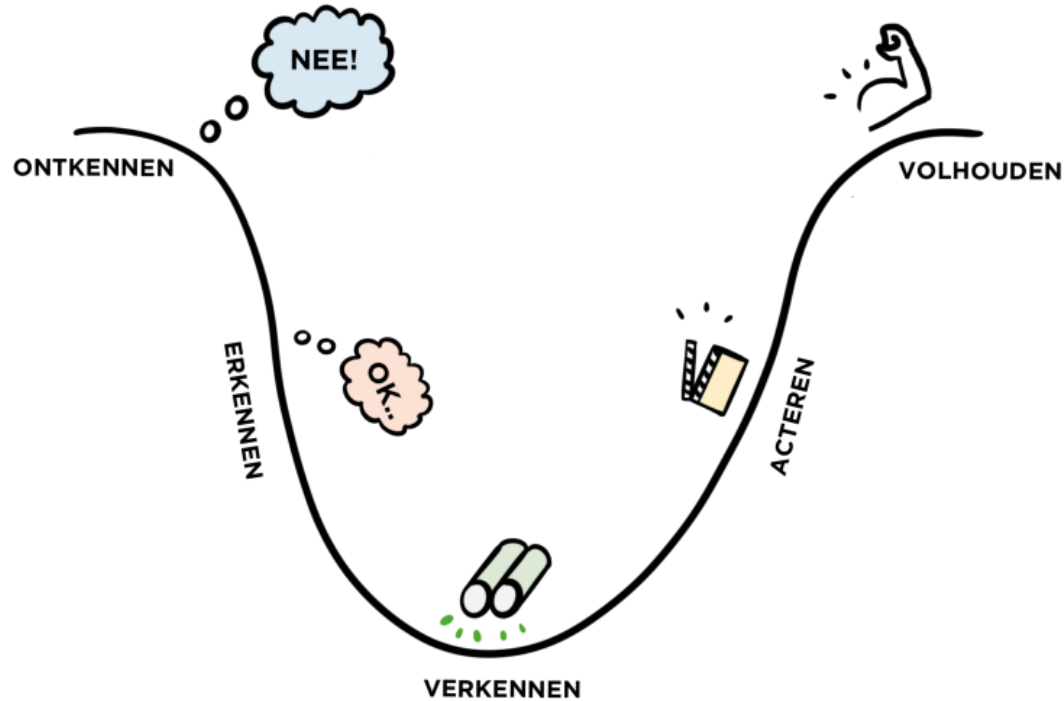
- Vorm een project team;
- Onderzoek en bevroag je doelgroep;
- Stel een kalender op;
- Stel een inventarisatie van middelen op;
- Maak duurzaamheid onderdeel van bestaand communicatieplan;
- Plan Do Act Check;



Trying to convince the mass of a new idea is *useless*.
Convince *innovators* and *early adopters* first.



Waarom gaan medewerkers niet direct mee?



95% van onze beslissingen worden
vanuit emotie genomen



Barrières:

- Beperkt in kennis en informatie
- Onjuiste informatie
- Afstand (ver weg in afstand of tijd)
- Ontkenning vanuit angst of schuldgevoel)
- Machteloos (heel klein, wat kun je doen in je eentje)
- Sociale normen (positie in groep)



Organisatorische voorwaarden:

Hoe nemen we drempels weg:

- Educatie en bewustwording (informereren)
- Persoonlijke relevantie
- Positieve frames > voordelen van duurzaamheid
- Gemeenschapsbetrokkenheid en collectieve initiatieven
- Goede voorbeeld geven > rol van leidinggevende

Belangrijk instrument – Structurele communicatie

- Gebruik verschillende communicatie mogelijkheden
 - Emails
 - Nieuwsbrief
 - Meetings met verhalen en voorbeelden
- Visuele hulpmiddelen
 - Infographics
 - Video
 - Feedbacksessies, interviews, polls, ideeën box ect.
 - Organiseren van workshops en trainingen



Rondje langs de velden

1

Welke MVO
resultaten heb je het
afgelopen kwartaal
gerealiseerd?

2

Welk concreet
MVO-doel heb je
voor het komende
kwartaal gesteld?

3

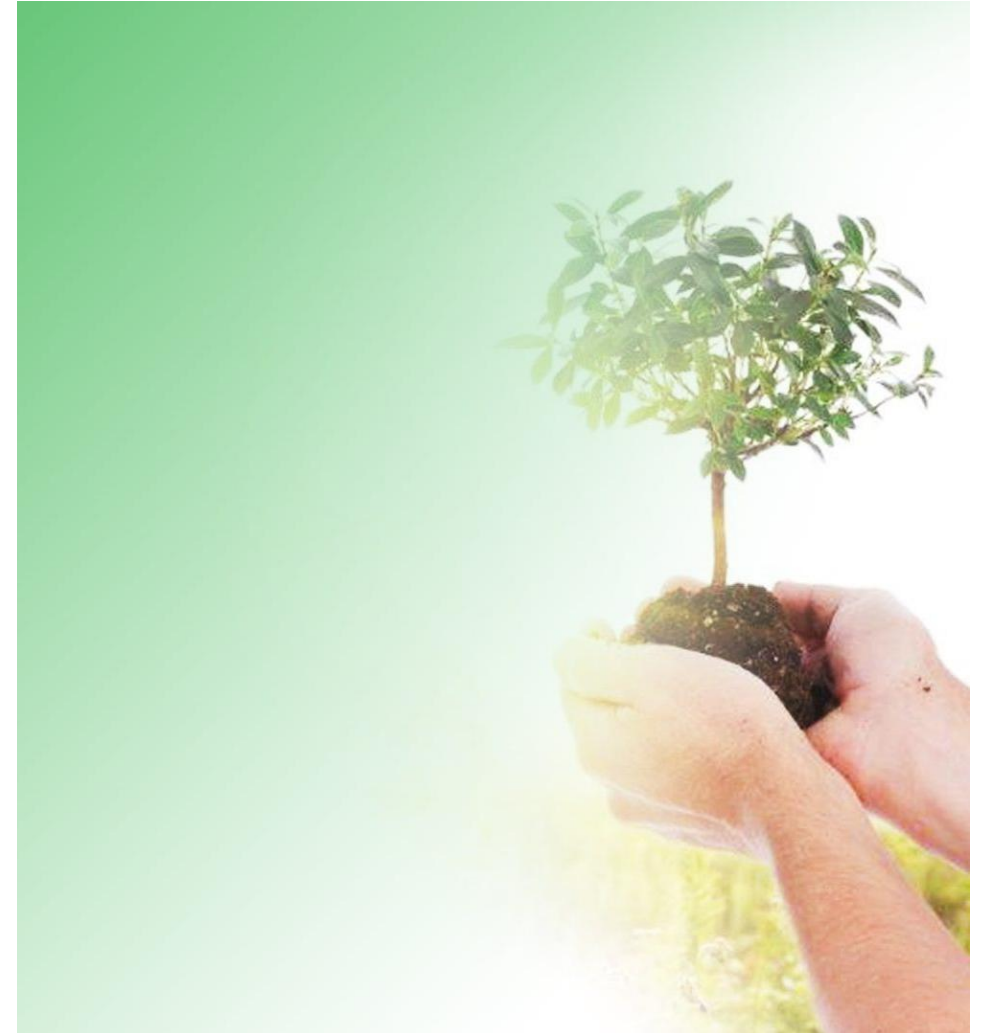
Hoe krijg jij je organisatie
mee in je
duurzaamheidsambities?



Agenda

- Welkom
- Introductie
- Convenant Green Cinema's 2025
- What's the news
- Kijkersvraag
- Verankering van duurzaamheid
- Pauze
- Rondje langs de velden
- Duurzame inkoop
- Afronding en volgend overleg
- Ondertekening convenant en fotomoment

Duurzame inkoop



Duurzame inkoop

Maatschappelijk verantwoord inkopen (MVI), ook wel duurzaam inkopen, betekent dat u, naast op de prijs van de producten, diensten of werken ook let op de effecten van de inkoop op milieu en sociale aspecten.

Verduurzaming van het inkoopproces is dé manier om effectief bij te dragen aan het realiseren van de klimaatdoelen en een 100% circulaire economie in 2050.



Duurzame inkoop



Duurzame inkoop geeft aandacht aan;

- Arbeidsomstandigheden
- Lonen
- Uitbuiting
- Corruptie
- Discriminatie
- Grondstoffen
- Dierenleed
- Vervuilende productie
- Sociale aspecten

- CO2-reductie
- Circulariteit



Duurzame inkoop in 7 stappen;

Stap 1:

Formuleer een duidelijke visie (borging) op duurzaam ondernemen



Duurzame inkoop in 7 stappen;

Stap 2:

Inventariseer de huidige inkoop, stel volumes en bedragen vast en de inkoopprocessen;



Duurzame inkoop

Stap 3:

Vaststellen ambities en doelstellingen
(SMART/KPI's – certificaten,
keurmerken) en kosten;

FACTSHEET KEURMERKEN

t.b.v. de Green Key en Duurzaam Gastvrij keuringen
en de Green Etalage in Nederland



Duurzame inkoop in 7 stappen;

Stap 4:

Formuleer eisen aan leveranciers én producten;

Mobiliteit

Leveringen

Verpakkingen

Keurmerken



Duurzame inkoop in 7 stappen;

Stap 5:

Deel het beleid, pas het proces aan en
werk samen in de keten



Duurzame inkoop in 7 stappen;

Stap 6:

Zorg voor voldoende budget en beleg de verantwoordelijkheden op de verschillende niveaus



Duurzame inkoop in 7 stappen;

Stap 7:

START en wees consequent in je keuzes!



Duurzame inkoop in 7 stappen;

Wat koop jij al verantwoord in?

- Reinigingsmiddelen
- Papier
- Kleding
- Eten/drinken
- “Energielabels”
- Verzekeringsmaatschappij
- Bankzaken
- Pensioen



Onderwerpen 2025 / 2026

- Verankering van duurzaamheid
- Duurzame inkoop
- Verbruiksgegevens (monitoring) – Zero-emissie
- Wet- en regelgeving: SUP, EML, CSRD, CMP
- Communicatie
- Energieneutraal in 2050
- Circulair ondernemen
- Maatschappelijke positie
- Inclusie & diversiteit
- Toegankelijkheid
- Digitale footprint
- Eten- en drinken



Bijeenkomsten 2025 / 2026

	Locatie	Datum
1.	Online / Fysiek	Donderdag 2 Juni 2025 (Filmhuis Bussum)
2.	Online / Fysiek	Donderdag 25 September 2025
3.	Online / Fysiek	Donderdag 27 November 2025
4.	Online / Fysiek	Donderdag 27 Februari 2026 ?



Vervolg

- 0-metingen Jun-Okt
- Link naar notulen, presentaties, checklijsten:
 - <https://www.greenleisure.nl/dienstverlening/green-cinema>
- Meetup #2 – 25 September 2025





Cinema
Grand Café
Educatielab

Convenant Green Cinemas 2025

Op weg naar een aantoonbaar duurzaam filmtheater



Convenant Green Cinemas 2025 Meetup#1

Op weg naar een aantoonbaar duurzaam filmtheater