

Q&A Carbon Emission Framework

1.	Algemeen.....	1
1.1.	Waarom is CEF nodig?.....	1
1.2.	Voor welke standaard is er gekozen?	1
1.3.	Wat is het doel van CEF?	1
1.4.	Hoe behouden we aansluiting met wat er internationaal gebeurt?	1
1.5.	Wie doen er mee en steunen dit project?.....	1
1.6.	Welke mediumtypen zijn onderdeel van CEF?	1
1.7.	Wat doet een LCA bureau?	1
1.8.	Wat is de rol van het LCA bureau dat betrokken is?.....	1
1.9.	Wat is het voordeel om deel te nemen aan dit project?	2
1.10.	Hoe verhoudt dit project zich tot de CSRD?	2
1.11.	Hoe gaan adverteerders en bureaus dit gebruiken?.....	2
1.12.	Wat is de looptijd van het project?.....	2
1.13.	Wat betekent de nieuwe EU koers, met een mogelijk minder strenge CSRD?	2
2.	Data.....	3
2.1.	Hoe worden de data gedeeld?.....	3
2.2.	Zijn de data die exploitanten aanleveren voor iedereen inzichtelijk?	3
2.3.	Is er een tool beschikbaar waar ik de CO2 berekeningen in kan doen?	3
2.4.	Hoe wordt de data die aangeleverd wordt gevalideerd?	3
2.5.	Hoe worden de data vertrouwelijk overgedragen?	3
2.6.	Wat wordt er bedoeld met 'Level 2' en 'Level 4' data?	3
3.	Governance.....	4
3.1.	Wie zitten er in de stuurgroep? En wat doen zij?.....	4
3.2.	Wie zitten er in het projectteam? En wat doen zij?.....	4
3.3.	Wat gebeurt er nadat het project is afgerond?	4
3.4.	Hoe verloopt de financiering van dit project?.....	4
3.5.	Wordt er een gedragscode opgesteld voor het gebruik van het model?.....	4
3.6.	Hoe is de samenwerking binnen het CEF geformaliseerd?	4
3.7.	Hoe wordt de zeggenschap van deelnemers gewaarborgd?.....	5
4.	Methode.....	5
4.1.	Waarom gebruiken wij het Global Media Sustainability Framework (GMSF)?.....	5
4.2.	Wat is het verschil tussen CEF en GMSF?.....	5
4.3.	Welke variabelen worden allemaal meegenomen in de GMSF formule?.....	5
5.	Investing & Timings.....	5
5.1.	Waarom zijn er kosten aan verbonden?.....	5
5.2.	Wat wordt er verwacht qua tijdsinvestering?	5
5.3.	Zijn er licentiekosten verbonden aan het gebruik, en hoe worden deze verdeeld?.....	6
5.4.	Moet ik ook betalen als ik later deelneem aan het project?.....	6
6.	Werkgroepen.....	6
6.1.	Welke mensen moet ik aandragen voor de werkgroep?	6
6.2.	Hoe zien de werkgroepen eruit en hoe verloopt dit proces?	6
7.	Productie / Creatie.....	6
7.1.	Is creatie/productie ook onderdeel van de scope?.....	6

1. Algemeen

1.1. Waarom is CEF nodig?

Vanaf 2024 zijn alle grotere bedrijven verplicht om hun CO2e-emissies te rapporteren (CSRD), inclusief de emissies die in de keten plaatsvinden. Dat betekent dat zowel grote als kleine bedrijven met CO2e rapportages te maken krijgen. Dit vraagt om de nodige actie van bedrijven, wat ook de reden is dat de marketingindustrie als doel heeft gesteld om een gedeelde industriestandaard op te zetten voor CO2e-rapportage (het Carbon Emission Framework).

1.2. Voor welke standaard is er gekozen?

Er is door het CEF projectteam 6 maanden vooronderzoek verricht naar bestaande (internationale) standaarden. Er is gekozen om de nieuwe mondiale standaard 'Global Media Sustainability Framework (GMSF)' van AdNetZero te adopteren en lokaliseren naar de Nederlandse markt, waar deze standaard ook voor is opgezet. Zie FAQ sectie 'Methode' voor meer uitleg over het GMSF.

1.3. Wat is het doel van CEF?

De belangrijkste doelstellingen van CEF zijn:

- Het implementeren van een gedeelde industriestandaard voor het meten en rapporteren van de CO2e-uitstoot van reclame in Nederland.
- Efficiëntie in kosten en uren door samenwerking tussen alle relevante partijen in de industrie.
- Gestandaardiseerde methodiek moet zorgen voor transparante, betrouwbare en actionable rapportage over reclame gerelateerde emissies.
- Creëren van inzichten in de uitstoot van media en productie en relevante acties voor reductie.
- Een efficiënt proces opbouwen voor dataverzoeken en -uitwisseling tussen adverteerders, bureaus en exploitanten.

1.4. Hoe behouden we aansluiting met wat er internationaal gebeurt?

De lokale CEF projectleider is aangesloten bij alle community calls en ontwikkelingen die er vanuit AdNetZero georganiseerd worden. Informatie uit deze sessies wordt gedeeld met de LCA specialist en de werkgroepen waar nodig.

1.5. Wie doen er mee en steunen dit project?

De lancering van dit project wordt breed gesteund door vrijwel alle media branche organisaties, bVA en VIA. Voor een volledige lijst bekijk het persbericht:

<https://www.bva.nl/artikelen/2024/reclamebranche-ontwikkelt-standaard-co2e-emissies>.

Op de volgende website houden we bij welke mediumtypen inmiddels zijn begonnen met het project en verzamelen van de data: <https://vianederland.nl/cef-carbon-emission-framework>.

1.6. Welke mediumtypen zijn onderdeel van CEF?

Op dit moment bestaat de scope en ambitie uit 6 mediumtypen: video, audio, print, digital, out-of-home en bioscoop.

1.7. Wat doet een LCA bureau?

Het maken van betrouwbare en vergelijkbare CO2e-voetafdruk berekeningen van verschillende producten en processen.

1.8. Wat is de rol van het LCA bureau dat betrokken is?

Zij leiden elke werkgroep van de betreffende mediumtypes in het consistent interpreteren van de formules, het dataverwerkingsproces en helpen de media exploitanten met het aanleveren van de juiste data o.b.v. de internationale GMSF formules. Zij zullen waar nodig helpen te voorzien in 'default' waarden, indien bepaalde data niet beschikbaar zijn. Zij zijn een onafhankelijke partij met wie in vertrouwen data uitgewisseld kan worden.

1.9. Wat is het voordeel om deel te nemen aan dit project?

Er zijn een aantal voordeel voor deelnemers, waarvan betrouwbaarheid en efficiency de belangrijkste zijn:

- Efficiëntie in kosten en uren door samenwerking tussen alle relevante partijen in de industrie.
- Gestandaardiseerde methodiek moet zorgen voor transparante, betrouwbare en actionable rapportage over reclame gerelateerde emissies.
- Creëren van inzichten in de uitstoot van reclame en relevante acties voor reductie.
- Een efficiënt proces opbouwen voor dataverzoeken en -uitwisseling tussen adverteerders, bureaus en exploitanten.
- Voorbereid op een duurzame toekomst: Deelname aan dit project gaat je veel inzichten opleveren en ervoor zorgen dat jij voorbereid bent op een duurzame toekomst. Weliswaar worden wettelijke Europese eisen op dit vlak wat minder, maar het moge helder zijn dat uiteindelijk iedereen deze weg moet gaan bewandelen.

1.10. Hoe verhoudt dit project zich tot de CSRD?

De Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) is een richtlijn waarin staat dat steeds meer bedrijven verplicht worden te rapporteren over hun impact op mens en milieu. De richtlijn is bedoeld om voor transparantie en kwaliteit van duurzaamheidsinformatie te zorgen. De CSRD verplicht om als verslaggevingsstelsel de European Sustainability Reporting Standards (ESRS) te gebruiken. Deze ESRS benoemt 11 duurzaamheidsonderwerpen om over te rapporteren, verdeeld over de thema's Milieu (E), Sociaal (S) en Governance (G). Het in kaart brengen van de CO2e-emissies is een belangrijk onderdeel binnen het thema Milieu, maar is dus slechts een onderdeel van de gehele CSRD rapportage.

1.11. Hoe gaan adverteerders en bureaus dit gebruiken?

Adverteerders willen deze informatie enerzijds gebruiken om aan de rapportage verplichtingen te voldoen en inzicht te verschaffen in de schadelijke CO2e-emissies van hun activiteiten. Anderzijds moet het inzichten opleveren over hoe deze negatieve impact verkleind kan worden en welke optimalisaties er binnen mediatypen uitgevoerd kunnen worden.

1.12. Wat is de looptijd van het project?

Op dit moment focussen we ons op het realiseren van Level 2 data in het eerste jaar. Dat moet in een periode van 4-5 maanden gerealiseerd kunnen worden. In Jaar 2 kan indien mogelijk naar Level 4 data gestreefd worden of naar een optimalisatie van de data uitwisseling. De wensen zullen na Jaar 1 geïnventariseerd worden.

1.13. Wat betekent de nieuwe EU koers, met een mogelijk minder strenge CSRD?

CO2e-emissies hebben een dermate negatieve impact op klimaat, dat dit onderdeel zal blijven van de vereisten. De snelheid van invoering voor kleinere bedrijven zal langzamer gaan, maar voor grote bedrijven geldt dat niet. Ook zijn er diverse bedrijven die hebben aangegeven hun beleid niet te gaan wijzigen door veranderende wetgeving.

Daarnaast is het onze verantwoordelijkheid als sector om onze negatieve impact te minimaliseren. Dus los van eventuele rapportageplichten, zien wij CEF als een essentiële stap op onze eigen negatieve impact als sector te verkleinen.

2. Data

2.1. Hoe worden de data gedeeld?

De data kunnen op diverse manieren gedeeld worden. De data worden op een centrale en beveiligde plek opgeslagen, en er zal nooit meer gedeeld worden dan waar de deelnemende partijen aan hebben toegezegd.

Partijen die eigen calculators hebben kunnen toestemming vragen voor het verkrijgen van toegang tot de data, zodat zij zelf de uitstoot kunnen berekenen voor campagnes. Partijen die op een andere manier toegang willen, bijvoorbeeld via Excel, zullen ook die mogelijkheid krijgen. Er zal nauw overleg met de internationale ANZ committee blijven om waar mogelijk aan te haken op nieuwe data uitwisselingsmogelijkheden.

2.2. Zijn de data die exploitanten aanleveren voor iedereen inzichtelijk?

De data die volgens de CSRD openbaar gemaakt moeten worden zullen voor iedereen inzichtelijk zijn. Daarbuiten kan met gemiddeldes gewerkt worden, indien exploitanten deze informatie niet willen delen. Voor bedrijven die niet CSRD plichtig zijn zal geen openbare informatie gedeeld worden als dat niet gewenst is.

2.3. Is er een tool beschikbaar waar ik de CO2 berekeningen in kan doen?

Er zijn diverse bureaus die eigen tooling hebben ontwikkeld om deze data te verwerken. Ook zijn er enkele commerciële partijen die tooling hebben ontwikkeld en waar gebruik gemaakt van kan worden. Op dit moment is het niet in scope van dit project om een eigen calculator te ontwikkelen. We zijn wel nauw met de internationale GMSF community in contact, zodat wij bij eventuele internationale ontwikkelingen kunnen aansluiten.

2.4. Hoe wordt de data die aangeleverd wordt gevalideerd?

Dit gebeurt door de LCA specialisten die voor dit traject verantwoordelijk zijn. De data worden gevalideerd door gebruik te maken van huidige standaarden in de markt: GHG Protocol, Ecovadis, ISO 14064 GHG, ISO 14044 LCA.

2.5. Hoe worden de data vertrouwelijk overgedragen?

Voor iedere deelnemer wordt een separate digitale omgeving opgezet, zodat er geen data uitwisseling kan plaatsvinden tussen deelnemers.

2.6. Wat wordt er bedoeld met 'Level 2' en 'Level 4' data?

Er zijn door ANZ 5 niveaus van 'data specificity' bepaald:

0: Veronderstelde data. Uitstoot data niet beschikbaar. Er wordt een berekening gemaakt op basis van aannames voor het inzetten van media.

1: Onderneming. Er is alleen data beschikbaar voor de gehele onderneming, over verschillende landen heen.

2. Markt. Er is data beschikbaar voor de onderneming in een specifieke markt/land.

3. Business unit. Er is data beschikbaar voor een specifieke business unit in een specifieke markt waar de reclame-inspanning aan toegekend kan worden

4. Media product niveau. Er is data beschikbaar voor afzonderlijke uitingen waardoor de uitstoot van de betreffende uiting kan worden berekend.

3. Governance

3.1. Wie zitten er in de stuurgroep? En wat doen zij?

De stuurgroep houdt toezicht op het project: o.a. de governance, financiën en communicatie. Het is verantwoordelijk voor het leveren op de gestelde doelen voor alle betrokken stakeholders. De groep baseert zich op adviezen vanuit de projectteam en wensen vanuit de betrokkenen. De stuurgroep bestaat op dit moment uit medewerkers van bvA en VIA, die rapporteren aan de Besturen van beide verenigingen. Deze stuurgroep kan indien gewenst worden uitgebreid vanuit de deelnemers.

3.2. Wie zitten er in het projectteam? En wat doen zij?

De verantwoordelijkheden van het projectteam zijn:

- Overzien van de voortgang van de diverse deelnemers, en leveren op de gestelde doelen
- Aansluiting bij internationale ANZ community, zodat waar mogelijk gebruik wordt gemaakt van relevante informatie en oplossingen
- Adviseert de stuurgroep en is in nauw contact met LCA specialist
- Is aanjager van het project middels communicatie, educatie, Q&A's, etc.

Het projectteam bestaat op dit moment uit de projectleider, de LCA specialist en afgevaardigden vanuit VIA en bvA.

3.3. Wat gebeurt er nadat het project is afgerond?

Het belangrijkste doel is om een breed gedragen standaard op te zetten, met actuele data die op een gemakkelijke manier toegankelijk worden gemaakt. Dit is een nieuw en onontgonnen terrein, waarvan we nog niet geheel kunnen inschatten hoe dit zich over 2 jaar heeft geëvolueerd. Wij kijken graag samen met de deelnemende partijen t.z.t. verder naar hoe deze database het beste onderhouden en eventueel verder ontwikkeld kan worden.

3.4. Hoe verloopt de financiering van dit project?

Deelnemers ontvangen rechtstreeks een factuur vanuit het bureau dat de dataverzameling begeleidt. Daarnaast zijn er algemene projectmanagent en ontwikkelingskosten die betaald worden door enkele brancheverenigingen. Deze kosten zullen in alle transparantie gedeeld worden en apart gefactureerd.

Er is geen commerciële doelstelling voor dit project en dus ook geen winst oogmerk. Alle gedane investeringen zullen ten goede komen aan het uitrollen en optimaliseren van het Carbon Emission Framework. Deelnemende partijen worden op de hoogte gehouden van de uitgaven die gedaan zijn.

3.5. Wordt er een gedragscode opgesteld voor het gebruik van het model?

Iedere data leverancier zal een verklaring tekenen m.b.t. betrouwbaarheid en validiteit van de geleverde data. De data zal op een manier ter beschikking komen die aan de transparantie voorwaarden van de CSRD voldoet. Eventuele specifiekere en exploitant gerelateerde data zal alleen op verzoek van de exploitant openbaar gemaakt worden. Afnemers van de data zullen een gebruikersovereenkomst tekenen waarin zij aangeven op een verantwoorde en correcte manier met de data om te gaan.

3.6. Hoe is de samenwerking binnen het CEF geformaliseerd?

Er zijn 3 niveaus in de CEF samenwerking: de stuurgroep, het projectteam, en de werkgroepen per medium. De werkgroepen komen op frequente basis bij elkaar en zijn verantwoordelijk voor het verzamelen en aanleveren van alle data. Het projectteam overziet de diverse werkgroepen, adviseert stuurgroep, zorgt voor updates, relatiebeheer en is aangelijnd bij de internationale ANZ ontwikkelingen. De stuurgroep houdt toezicht op het project: o.a. de governance, financiën en communicatie. Het is verantwoordelijk voor het leveren op de gestelde doelen voor alle betrokken stakeholders.

3.7. Hoe wordt de zeggenschap van deelnemers gewaarborgd?

Deelnemers in de werkgroep kunnen hun wensen en behoeften bespreken met de onafhankelijke LCA specialist die de werkgroepen begeleidt. Daarin wordt gehandeld volgens het GMSF framework. Indien er vragen zijn die niet op deze manier beantwoord kunnen worden kunnen deze bij het Project team ingediend worden. Zij kunnen middels onderling overleg en via de internationale ANZ community tot een antwoord komen. Indien er geen overeenstemming bereikt kan worden tussen de deelnemer, het projectteam en de LCA specialist, dan kan de stuurgroep uitsluitsel geven.

4. Methode

4.1. Waarom gebruiken wij het Global Media Sustainability Framework (GMSF)?

Deze wereldwijde standaard is tot stand gekomen door een 2-jarige samenwerking van alle grotere bureaus, uitgevers/brancheorganisaties en adverteerders (zoals WFA, IAB, Google, Facebook, Unilever, Mars, GroupM, Dentsu, PWC, Egta, etc.). Het zal tevens de standaard zijn waar adverteerders naar gaan verwijzen bij het rapporteren over CO2e emissies. Door gebruik te maken van deze bestaande en erkende standaard is het makkelijker om data te interpreteren en te vergelijken.

4.2. Wat is het verschil tussen CEF en GMSF?

CEF is de lokale naam. GMSF is bovendien alleen een framework waarin de formules en data guidance documenten gedeeld worden voor het berekenen van CO2e-emissies. De variabelen die in deze formule benoemd worden zullen van lokale data voorzien moeten worden. Het verzamelen, valideren en distribueren van deze data is hetgeen we met het CEF project beogen.

4.3. Welke variabelen worden allemaal meegenomen in de GMSF formule?

Dit verschilt sterk per mediumtype. Voor een gedetailleerd overzicht van de formules verwijzen wij naar de Resources overzichtspagina van AdNetZero. Daar kun je op het GMSF framework klikken voor alle laatste documenten:

https://adnetzero.com/resources/?tax%5Bresources_categories%5D%5B%5D=63

Je vindt hier ook een totaaloverzicht en uitleg van het framework: https://adnetzero.com/wp-content/uploads/2025/01/GlobalMediaSustainabilityFramework_V1.1-.pdf

5. Investerings & Timings

5.1. Waarom zijn er kosten aan verbonden?

De kosten zijn benodigd voor het laten begeleiden van de deelnemers en werkgroepen door een Lifecycle Assessment (LCA) bureau: The Ecological Entrepreneur. Zij leiden het proces van interpretatie van de formules, helpen de media exploitanten met het aanleveren van de juiste data, valideren en verwerken deze zodat die beschikbaar komen voor de gebruikers van de formules. Daarnaast zijn er algemene projectmanagement en ontwikkelingskosten die betaald worden door enkele brancheverenigingen. Deze kosten zullen in alle transparantie gedeeld worden en apart gefactureerd.

Er is geen commerciële doelstelling voor dit project en dus ook geen winst oogmerk. Alle gedane investeringen zullen ten goede komen aan het uitrollen en optimaliseren van het Carbon Emission Framework. Deelnemende partijen worden op de hoogte gehouden van de uitgaven die gedaan zijn.

5.2. Wat wordt er verwacht qua tijdsinvestering?

Dit zal sterk afhangen van hoe ver de betreffende exploitant is in zijn data maturity. We verwachten dat de doorlooptijd om naar Level 2 te komen in het eerste jaar 4-5 maanden zal zijn. Daarbij gaan we uit van 5 workshops van 3 uur (1x per maand), en na iedere workshop nog een terugkom sessie

van (2u) waarin data inputs en vragen besproken kunnen worden. Bovenop deze uren komen de uren voor het verzamelen van de data zelf door de media exploitanten.

5.3. Zijn er licentiekosten verbonden aan het gebruik, en hoe worden deze verdeeld?

Nee, er zijn geen licentiekosten voor het gebruik. Er is geen commerciële doelstelling voor dit project. Het is in het algemeen belang dat deze informatie door zoveel mogelijk partijen gebruikt wordt.

5.4. Moet ik ook betalen als ik later deelneem aan het project?

Ja, er zijn altijd kosten verbonden aan deelname. Dit omdat het dataverwerkingsproces begeleid moet worden door een externe en onafhankelijke partij. Deze kosten zullen wel hoger zijn dan bij gezamenlijke deelname bij de start van dit project (i.v.m. efficiency).

6. Werkgroepen

6.1. Welke mensen moet ik aandragen voor de werkgroep?

Iedereen die een rol gaat hebben in het data verzamelingsproces aan deelnemer zijde (sustainability manager, IT data leverancier, etc.). We starten met een brede kick-off, waarin wordt toegelicht wat het doel van het project is, achtergrondinfo wordt gedeeld t.a.v. emissie berekeningen en CSRD wetgeving, en waarin deelnemers vragen kunnen stellen. Het is raadzaam deze groep zo breed mogelijk te maken. Voor de vervolg sessies kan naar keuze een kleiner comité afgevaardigd worden. Het is wel handig om 1 persoon bij alle sessies aanwezig te laten zijn, als een primair contactpersoon en aanspreekpunt voor het gehele proces.

6.2. Hoe zien de werkgroepen eruit en hoe verloopt dit proces?

De werkgroepen bestaan uit afgevaardigden vanuit de media exploitanten die data gaan aanleveren. In een periode van 4-5 maanden zullen er enkele workshops gegeven worden die de deelnemers gaan helpen om de data volgens de juiste eisen en kwaliteitsvoorwaarden te leveren. Dit proces wordt geleid door het LCA bureau. Daarbij gaan we uit van 5 workshops van 3 uur (1x per maand), en na iedere workshop nog een terugkom sessie van (2u) waarin data inputs en vragen besproken kunnen worden.

7. Productie / Creatie

7.1. Is creatie/productie ook onderdeel van de scope?

De productie van campagnes brengt uiteraard ook CO2e-emissies met zich mee. Het Global Media Sustainability Framework focust zich echter primair op emissies vanuit media. Er is dus nog geen gestandaardiseerde formule voor productie. Er zijn echter wel diverse tools in de markt beschikbaar, zoals [AdGreen](#).