

Wat hoop je uit deze webinar te leren?

Laat het alvast weten via de chat 

Digitale duurzaamheid: van visie naar impact

De webinar start zo meteen.

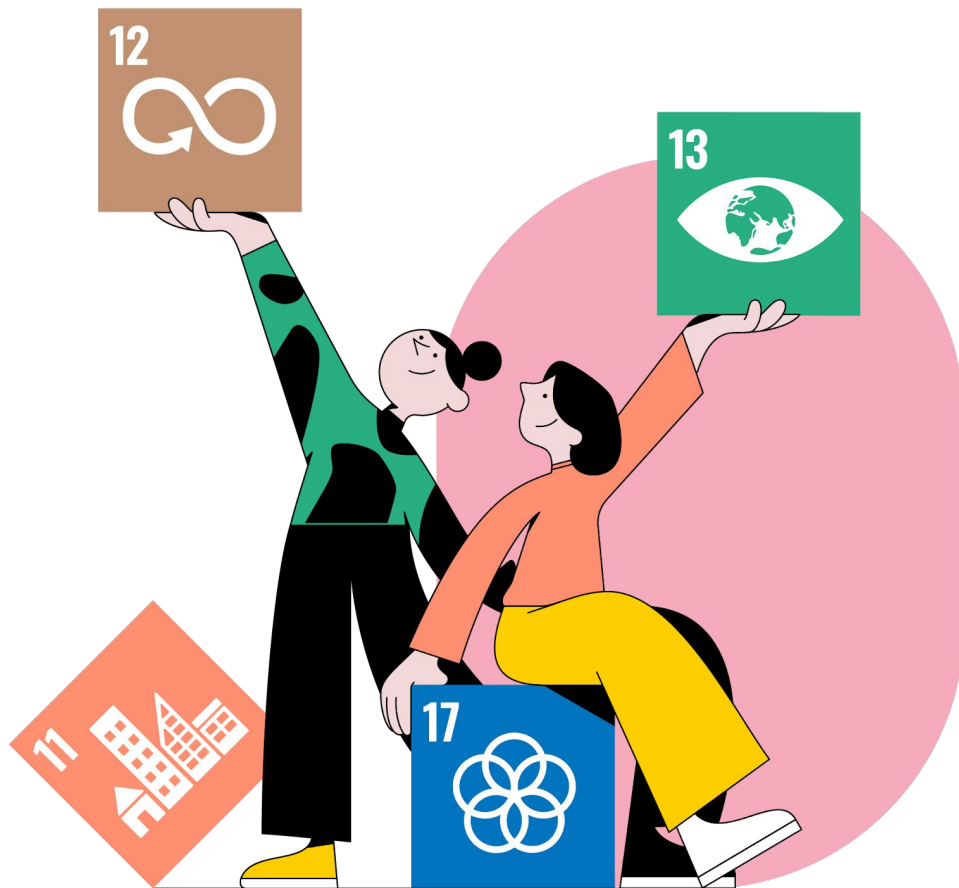
statik

statik

Digitale duurzaamheid:

Van visie naar impact

Laure Weckx
laure@statik.be





Hallo.

statik



Statik gaat op zoek naar de verbinding tussen mens en technologie.

Bij Statik geloven we in *business as a force for good*.

We bereiden organisaties en bedrijven voor op de duurzame wereld van morgen. We helpen hen groeien met doeltreffende strategieën, websites, digitale producten en communicatiecampagnes.

Spelregels



Wat kan je verwachten?

- Deze webinar **duurt** ongeveer 45 minuten, maximum 1u.
- Heb je een **vraag**? Zet die gerust in de chat. We overlopen ze na de presentatie!
- Je ontvangt de **slides** en **opname** van de webinar en de slides na afloop, check dus zeker je mailbox.

Vandaag

1

De basis

Wat? Waarom?

2

Praktisch

Wat kan *jij* doen?

3

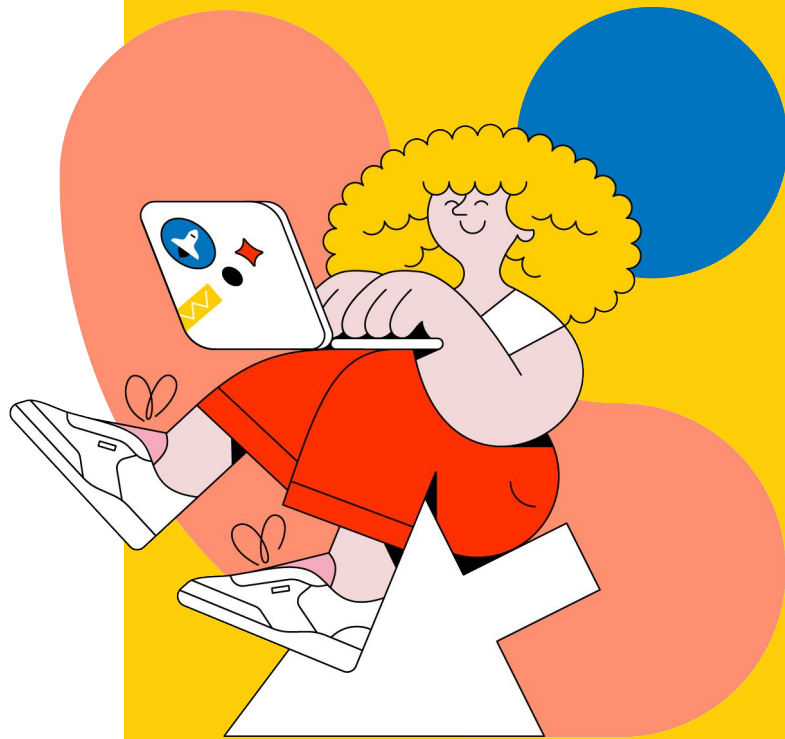
Vragen & tips

Want delen is belangrijk.

1. De basis

IN HET KORT

- Een digitale voetafdruk?
- Wat is digitale duurzaamheid?
- Waarom zou je ermee bezig (moeten) zijn?





Je digitale voetafdruk

= de combinatie van alles wat je als organisatie *'digitaal doet'*

Je interne werkinfrastructuur:

- Website
- Socials
- Tools & applicaties
- Mailprogramma
- Servers & cloudoplossingen
- Processen en administratie
- ...

(Digitale) duurzaamheid?

- **mens en omgeving** zoveel mogelijk vooruit te helpen (positieve impact)
- met een **minimale negatieve** impact op mens en omgeving (negatieve impact)
- door het op een **verantwoordelijke** manier inzetten van middelen (relativiteit)



Digitaal = voor ménsen 🧡

Websites, digitale tools, marketing ... worden stuk voor stuk bedacht en gemaakt met eenzelfde doel: **mensen** bereiken, in gang zetten, het leven makkelijker maken.

Mensen zijn een integraal deel van een definitie voor digitale duurzaamheid.



46%

van de Belgen is digitaal kwetsbaar

17%

van de Belgen kan enkel via een smartphone
op het internet

16 à 24%

van de Vlamingen leeft met een beperking,
70% van hen gebruikt het internet

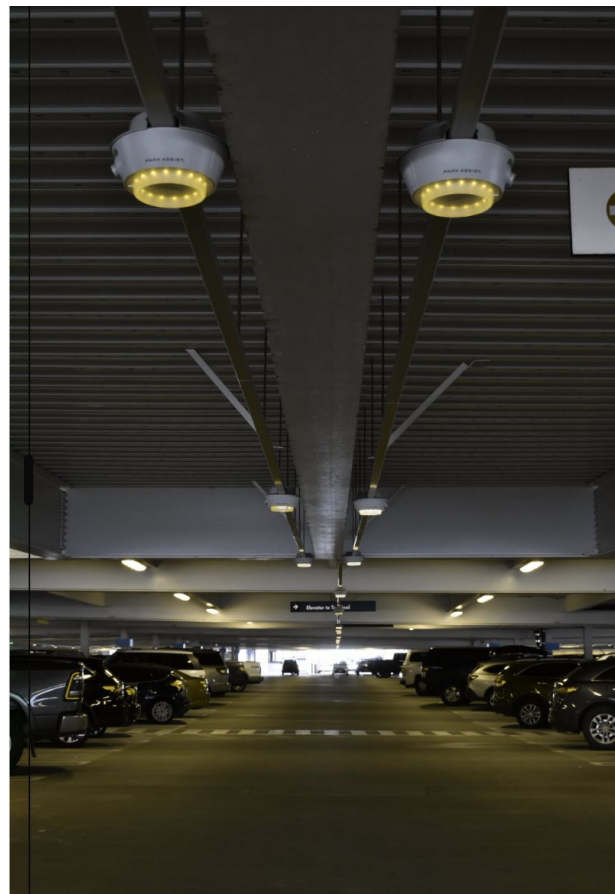
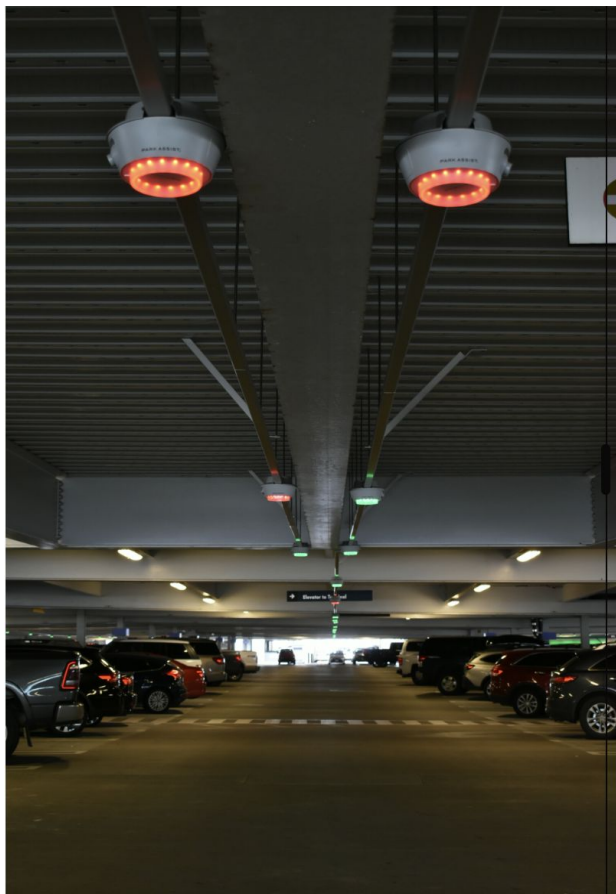
56%

van de Vlamingen is bezorgd over privacy online

1 op 12

mannen is kleurenblind
Dat zijn een half miljoen Belgen!





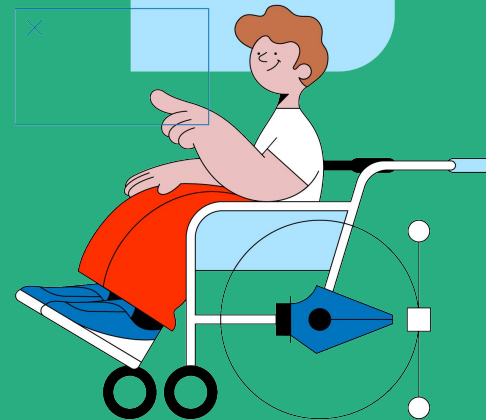
statik

Andy Baio, The Verge.
Check het [volledige artikel](#)





Als je geen positieve impact realiseert met je digitale project, zijn je inspanningen sowieso niet duurzaam.





Met een minimale negatieve impact.

Digitaal opent veel deuren. Maar brengt
ook verantwoordelijkheden met zich mee.

Want het internet is een grootverbruiker
van energie.

3 à 5%

Van de globale CO₂-uitstoot
(~ luchtvaart)

1kg CO₂

= 1u videobellen

1.500.000.000

Websites, waarvan 200 miljoen actief (= 13%)

200%

verwachte toename in energieverbruik van
datacenters tussen 2020 en 2030

700.000

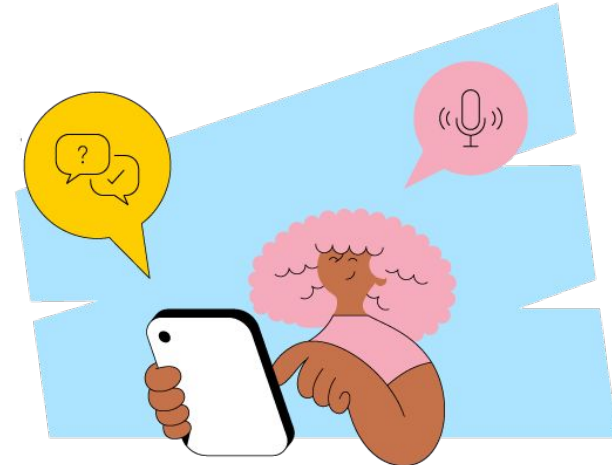
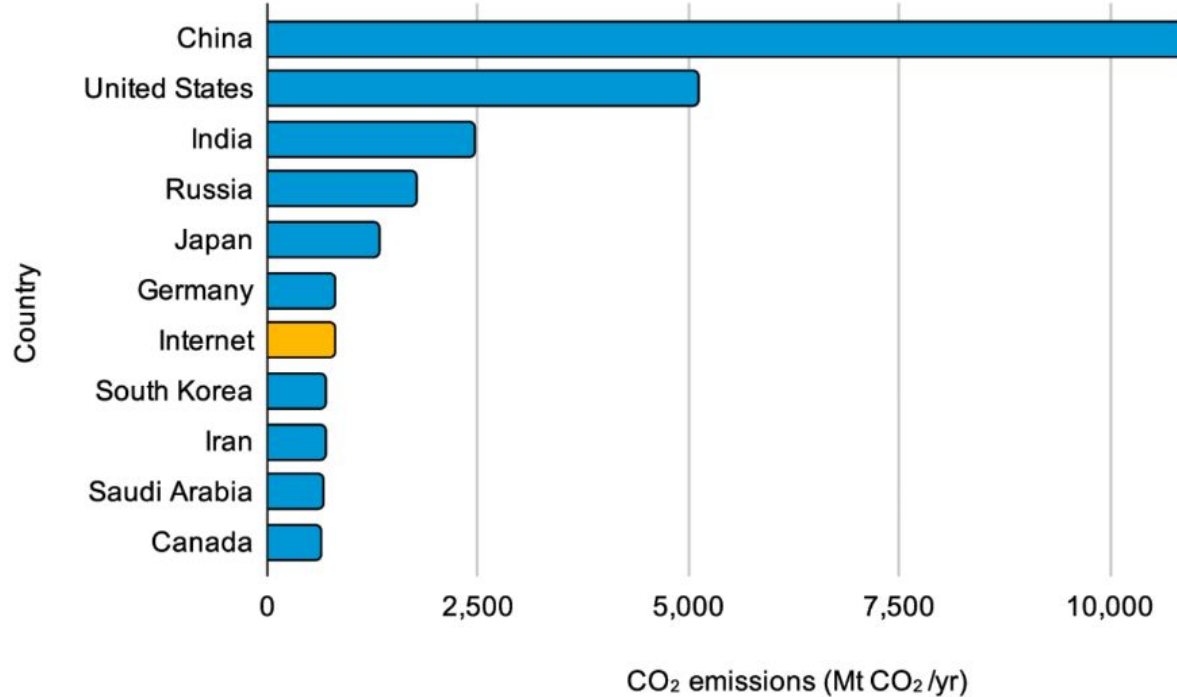
kg CO₂ door zoekopdrachten in Google, dagelijks
(~ 7x naar de maan)

1 AI-beeld

= volledig opladen van je smartphone



Wat als het internet een land was?



Hoe zien Belgische cijfers eruit?

ciM internet

+

Estimate your web page carbon footprint:

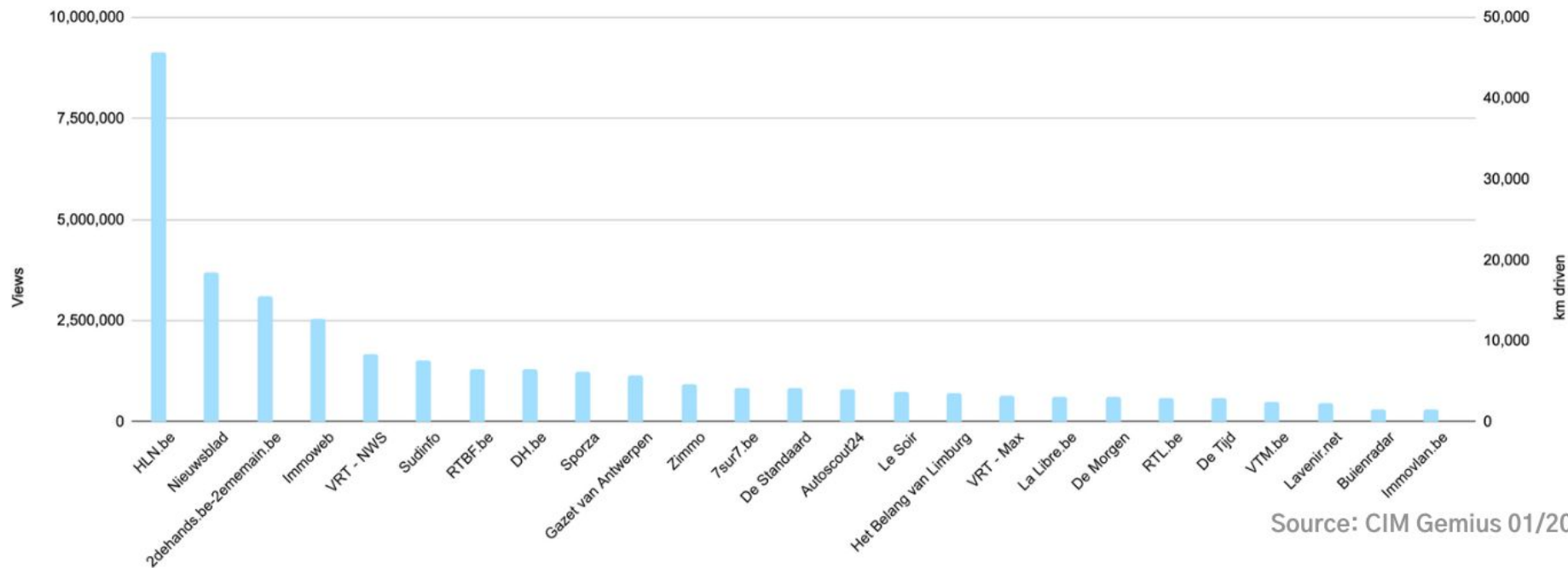
Your web page address

Web page URL

Calculate

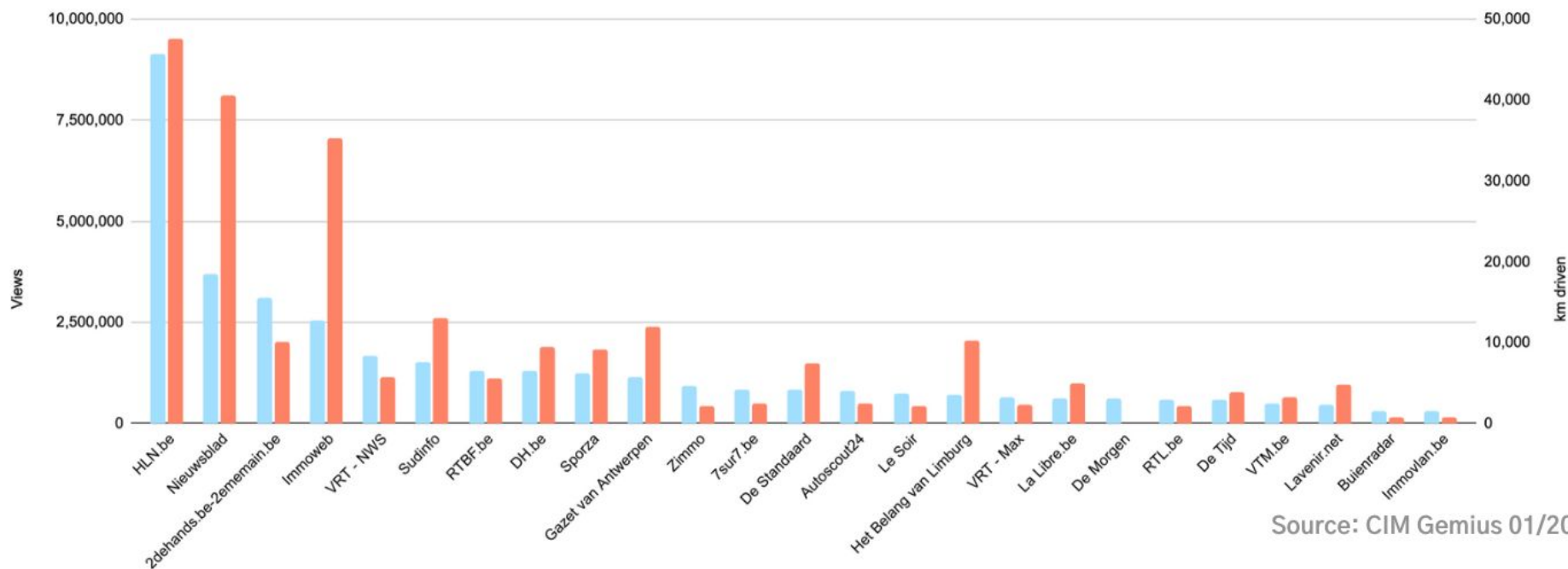
By using this carbon calculator, you agree to the information that you submit being stored and published in our public database.

Views per day



Source: CIM Gemius 01/2024

Views per day — CO₂eq km's driven in modern ICE car



Source: CIM Gemius 01/2024

En *jouw* website?

Bereken je voetafdruk op
<https://www.websitecarbon.com/>



statik



2. Praktisch

IN HET KORT

- Zoveel mogelijk positieve impact
 - Breng je doelen in kaart
 - Zet je doelgroep centraal
 - Ga voor toegankelijk & inclusief
- Zo weinig mogelijk negatieve impact
 - Meten en leren
 - Hou het luchtig
 - Samen sta je sterk
 - Kies inzichten over data
 - Juist bereik > groot bereik
 - Warm water hebben we al
 - Blijven leren en groeien



Zoveel mogelijk positieve impact

1. Doelen zorgen voor focus:

Richting & prioriteiten



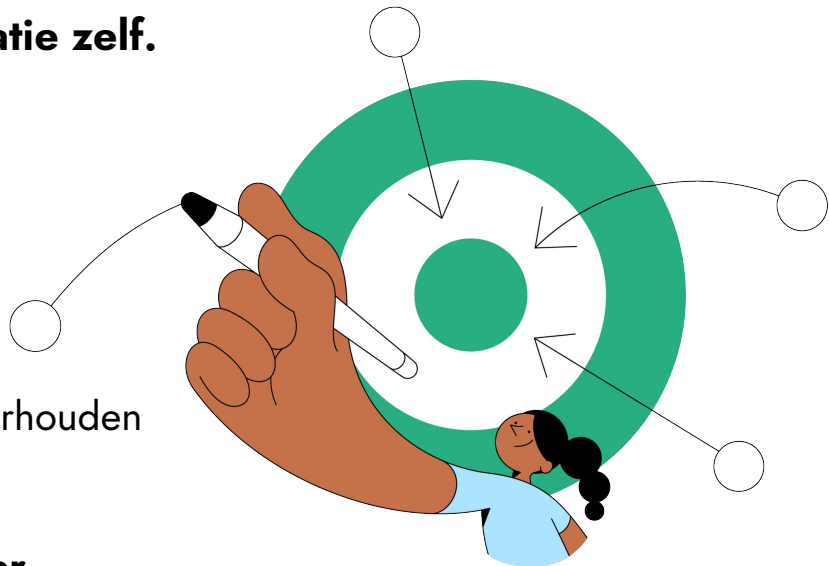
Start nog los van het digitale luik, maar **bij je organisatie zelf.**

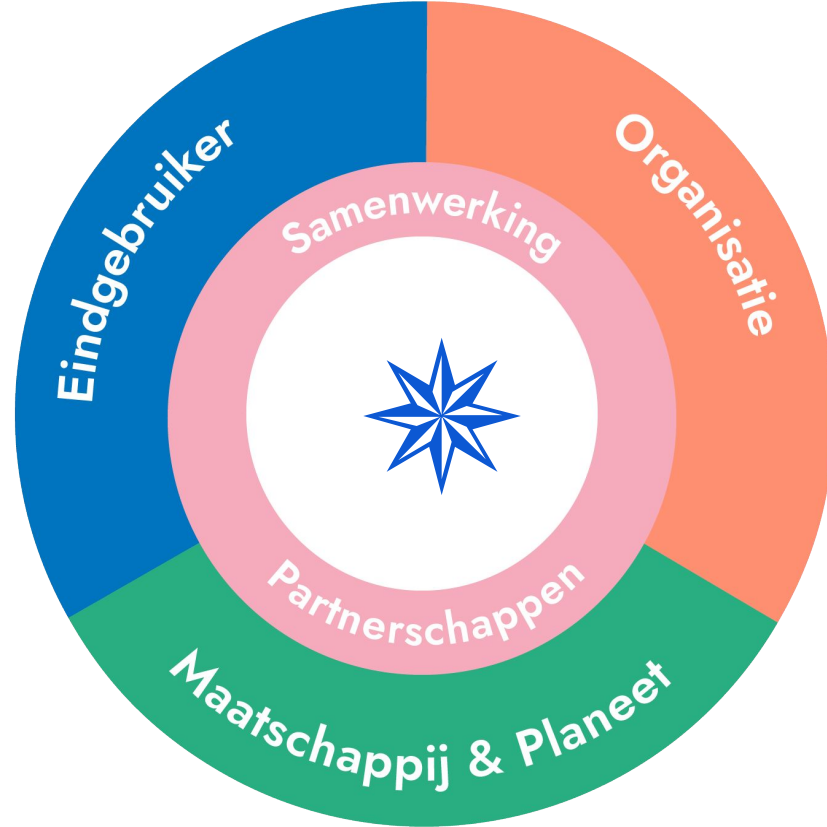
Impactdoestellingen van de organisatie

- = kader, houvast, gids & kapstok (North star)
- = gemeenschappelijke (beeld)taal
- = iets waar iedereen in je organisatie zich toe kan verhouden

Maak ze zo **meetbaar** mogelijk, **volg op** en **(her)evalueer**

statik





2. Leer je doelgroep kennen, en zet hen centraal

Een website, tool of digitale communicatie die werkt voor een organisatie, is er ééntje die werkt voor haar doelpubliek. Je moet op zoek naar de **sweet spot** waar wat jij wil vertellen raakt aan waar jouw doelpubliek naar op zoek is (informatie, hulp...). Een website die niet gebruikt wordt is per definitie niet duurzaam.

Zet hen altijd **centraal**; en ga er niet zomaar van uit dat je hen kent: probeer altijd van hen te leren, en zet waar mogelijk in op **gebruikersonderzoek**. Bonus: Door te focussen op je doelpubliek en hoe zij zoeken, zet je ook in op **SEO**.



3. Je doelgroep is diverser dan je denkt: denk toegankelijk & inclusief

1. Zorg bij alle content die je maakt voor voldoende **contrast**
2. Maak je (inhoudelijke) **afbeeldingen** leesbaar door een alt-tekst in te vullen
3. Gebruik een correcte semantische **structuur** (hoofding, koppen, lijsten)
4. Besteed voldoende aandacht aan **knoppen** en **links**
5. Schrijf heldere, **begrijpbare** teksten



Zo weinig mogelijk negatieve impact

4. Starten = meten en leren

Estimate your web page carbon footprint:

Your web page address

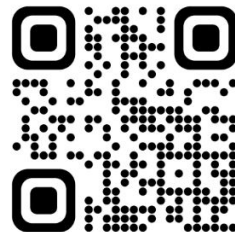
Calculate

By using this carbon calculator, you agree to the information that you submit being stored and published in our public database.



**7.06kg of CO2
equivalent.**

As much CO2 as boiling
water for 957 cups of tea



4. Starten = meten en leren

Groene hosting = quick win

- 
1. Het **dataverbruik** om de webpagina in te laden;
 2. Het **energieverbruik** om de webpagina in te laden;
 3. De **energiebron** van het **datacenter** (d.w.z. maak je gebruik van groene hosting of niet?);
 4. De **koolstofintensiteit** van de elektriciteit die gebruikt wordt (ook hier: gaat het om hernieuwbare energie of niet?);
 5. De **hoeveelheid verkeer** naar je website (de impact van een website met veel verkeer is natuurlijk groter)



WAT wordt er geladen?



WELKE ENERGIE is er nodig om dit te laden? (hoeveelheid + type)



HOEVEEL KEER moet het worden geladen?

4. Starten = meten en leren



1. Het **dataverbruik** om de webpagina in te laden;
2. Het **energieverbruik** om de webpagina in te laden;
3. De **energiebron** van het **datacenter** (d.w.z. maak je gebruik van groene hosting of niet?);
4. De **koolstofintensiteit** van de elektriciteit die gebruikt wordt (ook hier: gaat het om hernieuwbare energie of niet?);
5. De **hoeveelheid verkeer** naar je website (de impact van een website met veel verkeer is natuurlijk groter)



WAT wordt er geladen?

5. Hou het luchtig

Je kan ook als content manager/designer dingen doen:

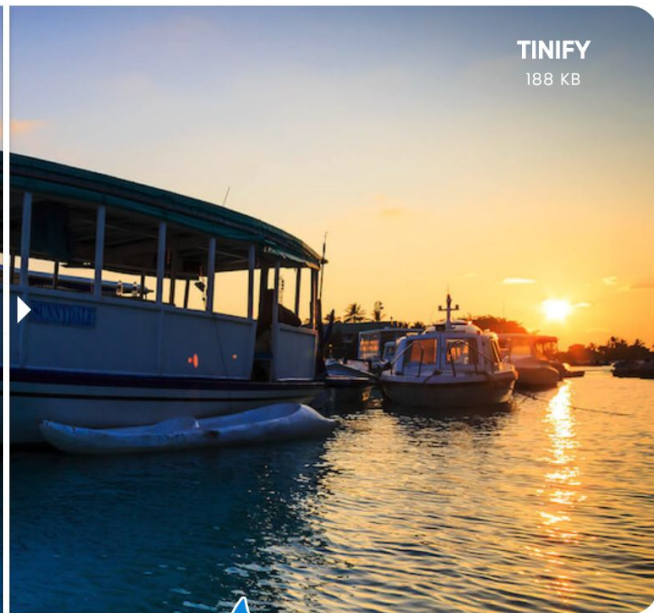
- **Afbeeldingen** comprimeren;
- **Video** vermijden, of toch goed nadenken voor je video gebruikt (en weer: comprimeren);
- Kies je **kleuren** wijselijk;
- Vermijd **custom fonts**;
- Let op met **animatie**;
- Terugkomende bezoekers? **Caching** is je vriend!



5. Hou het luchtig



Darker
places stay
intact



Tiniest
details are
still there

6. Hou je webbouwer mee verantwoordelijk

Propere en energie-efficiënte code is:

- Makkelijker in **onderhoud**,
- dus ook **kostenbesparend**,
- Bovendien: ... pluspunten voor **SEO**

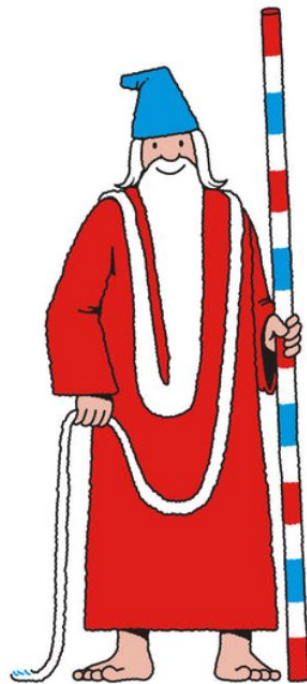
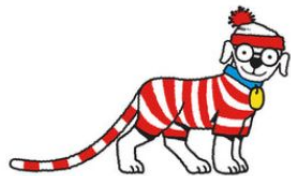


7. Kies inzichten over data

- Het is niet omdat je veel kàn opvolgen, dat het ook een **goed idee** is. Daarom zijn doelen en focus zo belangrijk!
- Doe je écht iets met die data?
- **Personaliseer** enkel als het écht iets oplevert... voor je doelgroep
- En **GDPR-gewijs** is dat gewoon ook de betere keus







8. Kies juist bereik boven een zo groot mogelijk bereik

- De ambitie moet niet zijn om zoveel mogelijk abonnees te hebben voor de nieuwsbrief, maar zoveel mogelijk **juiste abonnees** ... en dat die abonnees je nieuwsbrief ook effectief gaan **openen en lezen**;
- Je **betaalt** voor iedereen naar wie je stuurt, niet enkel voor wie opent. Segmenteren, minder -maar meer gericht- sturen, waardevolle content kiezen boven een vaste frequentie ... het is ook nog eens goed voor de portemonnee;
- Dit geldt trouwens evenveel voor **adverteren**: de doelgroep hoeft niet zo groot mogelijk, maar wel zo juist mogelijk, te zijn



9. Vind het warme water niet opnieuw uit

- Soms bestaat het al. En da's oké.
- Bovendien: het is niet omdat het kan, dat het een goed idee is;
- **Kopieer niet** wat anderen al doen; maar maak iets wat de moeite waard is
- **Tijd** is één van de kostbaarste grondstoffen die je hebt; durf er radicaal voor te kiezen om jouw tijd daar te spenderen waar je het grootste **verschil** kan maken

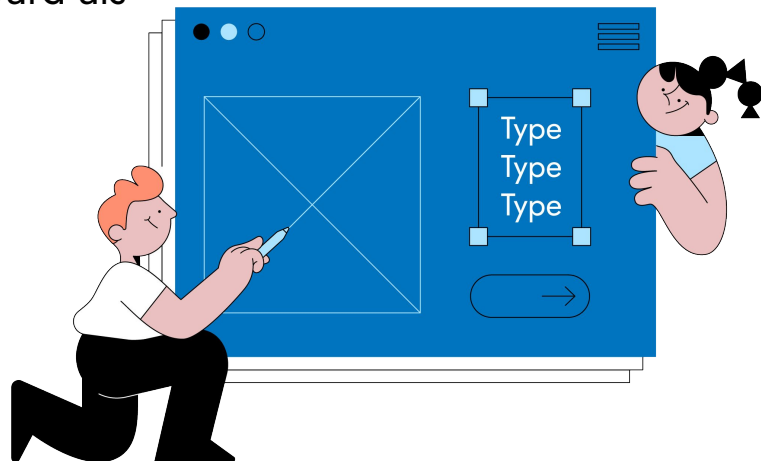




© marketoonist.com

10. Blijven leren en delen

- Wees **eerlijk** in je communicatie.
- Besef: **je bent nooit 'klaar'**, duurzaamheid is een streven naar steeds beter, geen checklist die je kan afwerken
- **Failing forward** is ook forward, en nog meer forward als anderen kunnen meespringen op jouw leercurve
- **Delen** is de sleutel tot vooruitgang



NMBS maakt iphone applicatie onmogelijk

25 jun 2010 12:53

internet

service

De gratis iPhone applicatie iRail.be – gemaakt door de Belgische student Yeri Tiete (22) – was voor veel reizigers een uitkomst. Maar voor de Belgische spoorwegen (NMBS) was de service van de student een dorn in het oog. Het spoorbedrijf heeft Yeri Tiete gesommeerd om te stoppen. Demissionair van ICT verzoekt juist om voortzetting. Of dat er van komt, is onduidelijk, want de NMBS heeft ook technisch iets veranderd waardoor de applicatie niet meer werkt.

De juridische brief die de NMBS naar Yeri Tiete schreef, leverde het spoorbedrijf veel kritiek op. Toch blijft het bedrijf haar besluit verdedigen. "We hebben zelf nu een applicatie die toegankelijk is voor alle mobiele telefoons. De applicatie van iRail bleek af en toe onjuiste informatie te verschaffen. Daarover kregen wij klachten van reizigers. Daarop hebben we besloten om hem aan te schrijven" stelt een woordvoerder van de spoorwegmaatschappij.

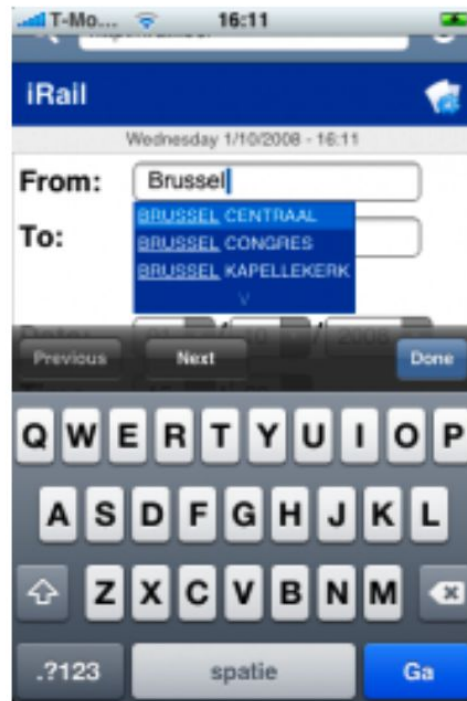
Onduidelijk

Welke informatie iRail verkeerd zou verschaffen is niet duidelijk. "Ik heb de NMBS verzocht aan te geven welke informatie verkeerd zou zijn, maar daarop heb ik geen reactie gekregen" laat Yeri Tiete via [Twitter](#) weten.

Het is niet voor de eerste keer dat de NMBS niet reageert. In 2008 vroeg de student om toestemming, maar de maatschappij verzuimde om te reageren. Of hij nu wel een reactie krijgt, weet de woordvoerder van de NMBS niet. "Ik veronderstel van wel, maar dat is aan de juridische dienst om dat op te volgen". Een voorbeeld in welke situaties de applicatie verkeerde informatie zou verschaffen, kon de woordvoerder niet geven.

Links

Eigenlijk is een link plaatsen naar [de website](#) van de NMBS [zonder toestemming](#) al verboden. Toch hoeft niet iedereen bang te zijn morgen een juridische brief op de deurmat te krijgen. "In dit geval hebben we hier voor gekozen, omdat reizigers soms onjuist geïnformeerd worden. Of er juridische





Mijn treinreis

Van:

station, halte of adres

Naar:

station, halte of adres

Datum:

13/10/2022

Tijd:

16:54



Vertrek



Aankomst

> Personaliseer mijn reis

Plan mijn reis

> Reizigersinformatie

> Internationale reizen

[ticket kopen](#) [klantendienst](#) [jobs](#)



My NMBS



nl



Public Data

Gebruik de tijdgegevens van de NMBS of de Smart Mobility Planner



[Home](#) > [Public Data](#)

Werk je aan een project en wens je de dienstregeling van NMBS hiervoor te gebruiken?

Of je nu de geplande dienstregeling of de realtime gegevens nodig hebt, we stellen ze gratis tot je beschikking!

Er zijn twee GTFS-feeds beschikbaar:

- De geplande gegevens die elke dag geüpdatet worden
- De realtime gegevens die om de 30 seconden geüpdatet worden.

We stellen de gegevens ook beschikbaar als Netex-bestand (Belgisch Epip-profiel) :

- De geplande gegevens die 's nachts geüpdatet worden

Wij nemen de verantwoordelijkheid op voor de ruwe gegevens die via het GTFS-bestand en het Netex-bestand worden aangeleverd. De gegevens die we aan onze partners ter beschikking stellen, zijn de gegevens die wij ook gebruiken.

Samenvattend

1. Breng je doelen in kaart
2. Zet je doelgroep centraal
3. Ga voor toegankelijk & inclusief
4. Start bij meten en leren
5. Hou het luchtig
6. Webbouwer = partner
7. Kies inzichten over data
8. Juist bereik > groot bereik
9. Warm water hebben we al
10. Blijven leren en groeien

Samenvattend

Iedereen krijgt gelijke kansen om deel te nemen aan de maatschappij

Ook gebruikers met trage internet-verbindingen, oudere toestellen en browsers kunnen vlot gebruiken

De website is niet te "zwaar" en laadt **sneller**

Minimalistisch gebouwd

Onderhoudsvriendelijker & flexibeler

Makkelijker aanpasbaar wanneer noden veranderen

Kan langer mee + minder middelen nodig om te onderhouden

Geen data verzamelen die niet nodig is

Gebruikers Centraal

= Goede structuur, SEO, toegankelijk en inclusie, respect voor privacy

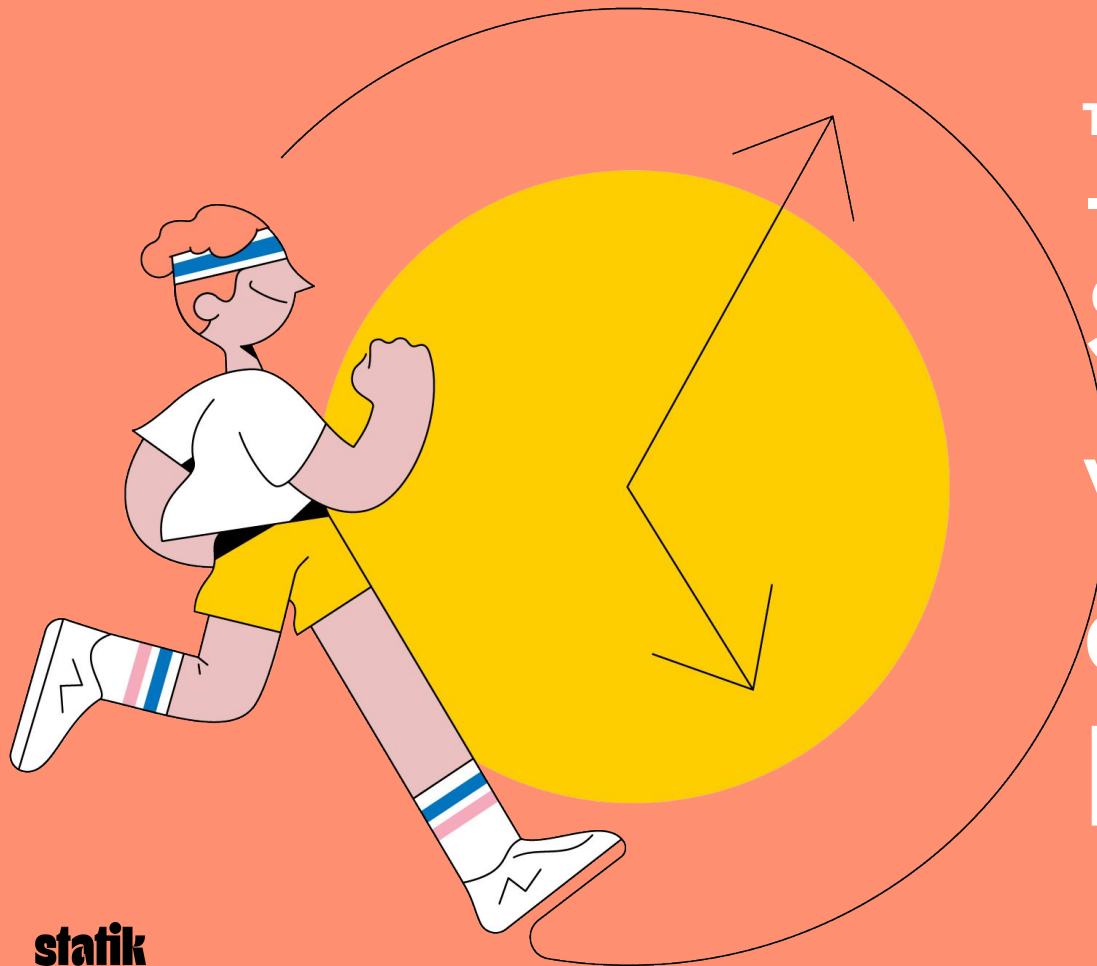
Hogere **tevredenheid**

Met 1 digitaal product méér mensen beter bedienen = **efficiënter inzetten van middelen**

Alle gebruikers vinden vlotter hun weg en worden dus **beter bediend**

Gebruikers moeten minder pagina's laden om te vinden wat ze zoeken

De website verbruikt **minder energie**



TOPTIP

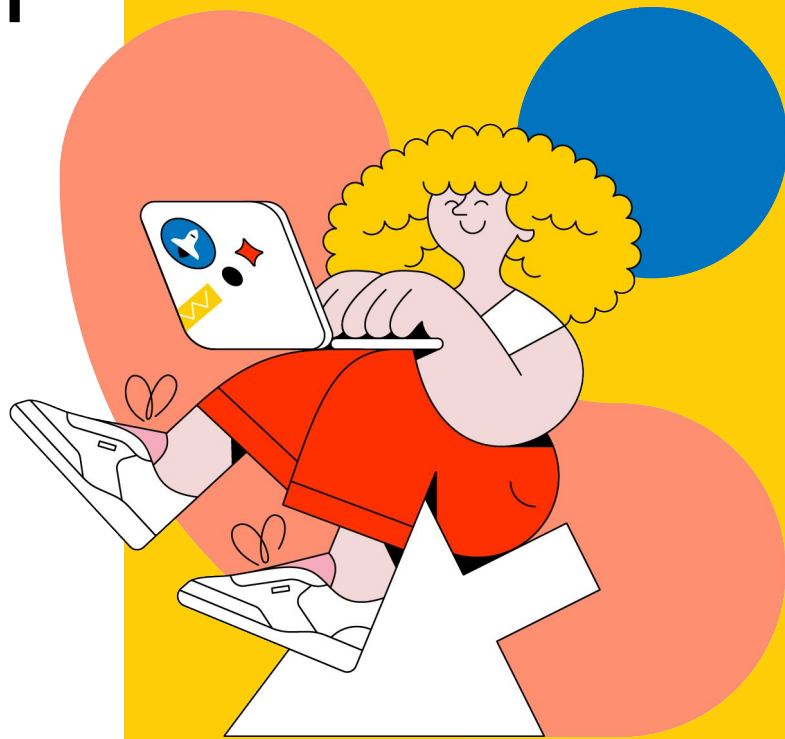
—

Start daar
waar jij
energie van
krijgt.

3. Vragen of tips?

IN HET KORT

- Vraag maar raak!

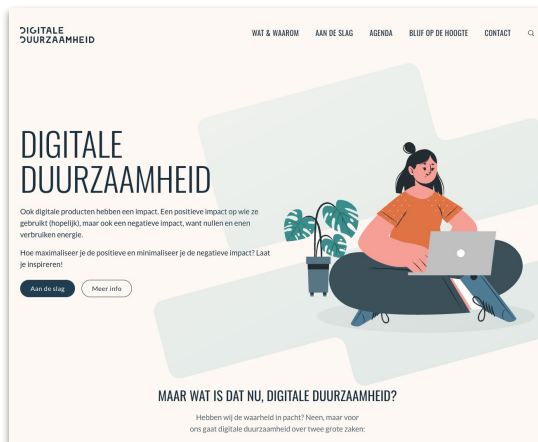


Meer weten?

statik



Download de [minigids](#)



Meer tips op
digitaleduurzaamheid.be



Check onze [opleidingskalender](#)

statik

Bedankt!



Vragen? → laure@statik.be

Op de hoogte blijven?

→ Schrijf je in op [onze nieuwsbrief](#)

→ Volg ons op [LinkedIn](#)

→ Check [onze website](#) of [digitaleduurzaamheid.be](#)



statik

Bronnen & referenties

Cijfers menselijke impact

- [Barometer Digitale Inclusie](#)
- [Statistiek Vlaanderen](#)
- [Digimeter](#)

Cijfers klimaatimpact

- [EU action plan on digitalising the energy system -vgl luchtvaart en groei datacenters](#)
- [Total number of Websites - Internet Live Stats](#)
- [CO2 emissions on the web - Danny van Kooten](#)
- [Bron AI beeld = opladen smartphone](#)
- [Data, Digital Technology, and the Environment - Google searches](#)

[Chasing Rainbows, Andy Baio, The Verge](#)

[CIM Internet studie](#)

[Website carbon calculator](#)

[Digitaleduurzaamheid.be](#)

statik