

KLIMAATBEWUST CONSUMEREN

Uitgeverij Academia Press
Ampla House
Coupure Rechts 88
9000 Gent
België

www.academiapress.be

Uitgeverij Academia Press maakt deel uit van Lannoo Uitgeverij,
de boeken- en multimediodivisie van Uitgeverij Lannoo nv.

ISBN 978 90 599 6736 6 – D/2019/45/258 – NUR 740

Karine Van Doorselaer
Klimaatbewust consumeren. Maak zelf het verschil
Gent, Academia Press, 2019, 104 p.
Tweede editie, 2026

Vormgeving cover: Studio Lannoo
Vormgeving en zetwerk binnenwerk: Studio Lannoo

© Karine Van Doorselaer & Uitgeverij Lannoo nv, Tielt

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden
verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand
en/of openbaar gemaakt in enige vorm of op enige wijze, hetzij
elektronisch, mechanisch of op enige andere manier zonder voorafgaande
schriftelijke toestemming van de rechthouder. Tekst- en datamining
van (delen van) deze uitgave zijn uitdrukkelijk niet toegestaan.

All rights are reserved, including those for text and data mining,
AI training and similar technologies.



Karine Van Doorselaer

KLIMAATBEWUST CONSUMEREN

Maak zelf het verschil



Academia
Press

*Aan mijn ouders,
als dank voor de waarden
die ze me hebben meegegeven.*

INHOUDSOPGAVE

VOORWOORD	7
INLEIDING	9
DE KLIMAATOPWARMING	13
CONSUMINDEREN	15
CIRCULAIRE ECONOMIE	19
Wegwerpmaatschappij versus circulaire economie	19
Principes van de circulaire economie	21
Sluiten van kringlopen	22
Levensduur van producten verlengen	25
<i>Van hebben naar gebruiken dankzij de deeleconomie</i>	26
<i>Shoppen in het tweedehandscircuit</i>	29
<i>Herbruikbare producten in retoursysteem</i>	29
<i>Herstelbare producten</i>	31
<i>Moduleerbare en upgradebare producten</i>	32
Sluiten van de materiaalkringloop	33
Is er plaats voor plastic in de circulaire economie?	34
<i>Vermijd wegwerpproducten</i>	34
<i>Weg met de microbeads</i>	35
<i>Wat met microvezels?</i>	36
<i>Bioplastics, biodegradeerbare plastics:</i>	
<i>de verwarring ontknoopt</i>	37
<i>Een wereld zonder plastics is ondenkbaar</i>	40
Koop lokale producten	41
<i>Succesvol sluiten van de korte keten</i>	43

<i>Kwaliteitsgarantie lokale producten</i>	43
<i>Impact van (zee)transport</i>	45
Verpakkingen	46
<i>Doel van verpakkingen</i>	47
<i>Verpakkingsvrij winkelen</i>	49
<i>Kies herbruikbare verpakkingen</i>	51
<i>Kies verpakking uit recycleerbaar materiaal</i>	54
<i>Kies verantwoorde verpakkingsgrootte</i>	60
<i>Beperk voedselverspilling</i>	60
LANG LEVE DE VEGETARIËRS	65
STOP DE ONTBOSSING	67
Het palmolieschandaal	69
Vermijd soja uit Amerika	71
Koop duurzaam leer	73
Kies hout en papier uit bossen met duurzaam beheer	76
TRANSPORT	79
Auto's op benzine, diesel of elektrisch?	79
Milieu-impact van het rijcomfort	82
GA KLIMAATBEWUST OM MET DE DIGITALE WERELD	89
Energiegebruik ICT-sector	89
De stijgende vraag naar zeldzame metalen	92
MILIEUBEWUSTE CONSUMENTEN VERENIG JULLIE!	95
BESLUIT	97
NUTTIGE LINKS	99
EINDNOTEN	101

VOORWOORD

Dit boek is het vervolg op een lezingenreeks over duurzaam consumeren die ik sinds 2016 geef voor alle mogelijke organisaties. De interesse en het enthousiasme die ik mag ervaren tijdens de vele lezingen vormen de aanzet tot het samenbrengen van tips en inzichten over hoe je als consument milieu- en klimaatbewust kan consumeren.

De opbrengst van dit boek schenk ik integraal aan de milieuvereniging vzw Durme in Lokeren.

INLEIDING

Buy less, choose well, make it last. – Vivienne Westwood

De opwarming van de aarde is niet enkel een milieuprobleem. De gevolgen ervan voor de gezondheid van de mensen zijn niet te overzien.¹ Bovendien bestaat de kans dat een klimaatramp leidt tot een gigantische vluchtelingenstroom. De migratiedruk in de doorreis- en de bestemmingsgebieden van vluchtelingen, die nu al tot ernstige problemen leidt, zal aanzienlijk toenemen. Het beheersen van de klimaatproblematiek betekent dus ook zorgen voor de gezondheid en de veiligheid van de bevolking.

De kiem voor de wereldwijde aandacht voor maatregelen om verdere opwarming van de aarde te voorkomen, werd geplant door de 16-jarige Zweedse activiste Greta Thunberg in september 2018. Ze besloot op vrijdagen een zitstaking voor het Zweedse parlement te houden, om van haar regering te eisen dat die in actie zou komen tegen klimaatverandering. Duizenden jongeren volgden haar voorbeeld en organiseerden wereldwijd klimaatmarsen.

Nog nooit werd de roep naar een oplossing voor een milieuprobleem zo massaal en openlijk door burgers geuit. Het is de taak van politici om met de meeste zorg een beleid uit te stippelen en te handhaven, dat op korte en lange termijn zorgt voor een sociaal gerechtvaardigde, veilige maatschappij en een gezond leefmilieu. Het is hoopgevend dat sinds het verschijnen van de eerste versie van dit zakboekje in 2015 heel veel Europese regelgeving is uitgewerkt om van Europa het eerste klimaatneutrale continent te

maken. De diverse regelgevingen zijn gestoeld op de doelstellingen van de Europese Green Deal. Het initiatief werd in 2019 door voorzitter Von der Leyen in het leven geroepen als antwoord op de dringende oproep van burgers, met name jongeren, om actie te ondernemen voor het klimaat. Het bevat een plan om de economie, energie, industrie en het vervoer in Europa te transformeren voor een duurzamere toekomst.²

De focus van de klimaatregeling ligt bij de meeste consumenten momenteel op een aantal hete hangijzers rond het verminderen van de CO₂-uitstoot. Zo is er de uitdaging om voor onze energieproductie niet langer fossiele brandstoffen te gebruiken, maar over te stappen naar CO₂-arme en hernieuwbare energiebronnen. Andere maatregelen streven ernaar om het energiegebruik te verminderen. De aandacht gaat hierbij enerzijds naar maatregelen in de bouw, zoals het isoleren van huizen. Anderzijds richt men zich op de CO₂-uitstoot bij diverse transportmiddelen.

De oplossing voor het klimaatprobleem moet echter veel ruimer aangepakt worden en daar wil ik in dit boek dieper op ingaan. We hebben als consument meer touwtjes in handen om het klimaat bij te sturen dan we zelf beseffen. Graag wil ik jullie helpen deze touwtjes te vinden en te gebruiken.

Dit boek wil inzichten en tips geven hoe wij als burgers ons consumptiegedrag kunnen aanpassen om mee te helpen aan de reductie van broeikasgassen. Een positieve evolutie is de overgang van de huidige wegwerpmaatschappij naar het model van de circulaire economie, die heel wat kansen biedt om verdere klimaatopwarming af te remmen.

Dit boek is geschreven voor de klimaatbezorgde en milieubewuste consument, maar ook voor beleidsmakers en verantwoordelijken in de industrie. De zorg voor het klimaat is namelijk een zaak voor iedereen, elk vanuit z'n specifieke invalshoek.

Veel inspiratie!

DE KLIMAATOPWARMING

Climate change is the single biggest thing that humans have ever done on this planet. The one thing that needs to be bigger is our movement to stop it. – Bill McKibben

Het broeikaseffect, of ook wel de klimaatopwarming, is het gevolg van gassen die vrijkomen bij alle mogelijke processen en die zich in de atmosfeer opstapelen. Deze gasopstapeling heeft geen effect op de doorlaatbaarheid voor de zonnestrallen die de aarde opwarmen, maar zorgt ervoor dat het afkoelingsproces van de aarde gehinderd wordt, waardoor de atmosfeer dus warmer wordt. Je kan het vergelijken met een serre of een broeikas: de stralen van de zon gaan door het glas of de folie van de serre, terwijl de gereflecteerde infraroodstralen (= warmtestralen) worden tegengehouden, waardoor de temperatuur in de serre stijgt.

De klimaatopwarming is het gevolg van een toenemende uitstoot van broeikasgassen met CO₂ als het bekendste gas. De totale uitstoot van broeikasgassen wordt uitgedrukt in CO₂-equivalenten, waarbij men de hoeveelheid van de diverse gassen vermenigvuldigt met hun respectievelijke impact per kg. Zo heeft de uitstoot van 1 kg methaangas (CH₄) 25 keer meer impact dan 1 kg CO₂.

Wie zich verder wil verdiepen in de oorzaken en gevolgen van de klimaatverandering, wil ik graag doorverwijzen naar het Zesde Beoordelingsrapport van het Intergouvernementeel Panel voor Klimaatverandering (IPCC)³.

Bij de aanpak van de klimaatproblematiek heeft elke stakeholder een rol te spelen: de overheid, de industrie, de landbouw, de financiële wereld én ook wij allen als consument.

De wereld draait om geld; zo veel mogelijk geld verdienen dat op het einde van de rit betaald wordt door de consument. Door ons aankoop- en consumptiegedrag kunnen wij dus allen samen de economie sturen richting een klimaatneutrale maatschappij.

Om te sturen is kennis, inzicht en de nodige attitude nodig en dat is nu precies de insteek van dit boek. De talrijke inzichten en tips in dit boek, die wij als consument kunnen gebruiken om klimaatverantwoorde aankopen te doen, zijn gerelateerd aan de sectoren 'industrie', 'transport' en 'land- en bosbouw'.⁴

CONSUMINDEREN

*What's better than buying better? Not buying at all.
But businesses won't sell you that concept because it's
just not as profitable.* – Jennifer Nini

‘Consu-minderen in plaats van consu-meren’ was het credo waarover ik reeds in 1990 voordrachten gaf voor de vrouwenbond. Toen was er al het besef dat ons consumptiegedrag, of beter misschien, onze consumptiedrang, overdreven was. De meeste volwassenen van toen waren in hun kindertijd tevreden met zelfgemaakt speelgoed en het gerecht ‘konijn’ stond enkel op nieuwjaarsdag op het menu. De volwassenen van nu, opgegroeid in welstand, stellen zich geen vragen bij de materiële luxe van vandaag. De huidige generatie vindt het heel gewoon dat er drie auto’s op de oprit staan, dat het huis volgepropt is met elektrische en elektronische apparaten, dat we minstens een keer per jaar een vliegtuigreis maken, dat we elke dag de meest exotische groenten en fruit kunnen eten, enzovoort. Het jammere is dat wanneer mensen iets ‘doodnormaal’ vinden, het bewustzijn en het respect wegdeemsteren. De eerste stap om samen het tij te keren is bewustwording. Stel jezelf als consument enkele vragen voordat je een product koopt.

‘Heb ik het product echt wel nodig?’

‘Waarom wil ik dit product kopen?’

‘Is het emo-shoppen?’

‘Is het omdat ik er wil bij horen?’

‘Is het omdat ik me wil onderscheiden van anderen?’

‘Kan ik weerstaan aan verleidende/misleidende reclame?’

Onze brievenbussen, zowel analoog als digitaal, worden overladen met reclame. Op de schermen van digitale media flitsen reclame-spots heen en weer, met als enige doel je als consument te overhalen om te kopen. Marketeers spelen handig in op de menselijke psychologie en willen je doen geloven dat je door de aankoop van hun product gelukkig wordt of ‘erbij hoort’, of dat je echt wel behoefte hebt aan hun product. De reclamecampagne ‘Mitsubishi, gebouwd voor Belgische wegen’ (2018) is hier een mooi voorbeeld van. De SUV wordt gepromoot alsof de Belgische wegen eruitzien als onverharde wegen in een bos. Rijden op onze Vlaamse wegen met een terreinwagen met vierwielaandrijving heeft echter weinig zin, tenzij je de auto aanschaft voor de hogere instaphoogte omdat je lichaam dit vereist. En zo worden we als consumenten constant verleid om te kopen, te kopen en te kopen. Met als resultaat dat onze kasten vol zitten met spullen die zelden gebruikt worden en onze ecologische voetafdruk de pan uit swingt.

Een goede test om je te harden tegen impulsaankopen is te gaan winkelen, of moet ik zeggen te gaan wandelen, in een Ikea-winkel. Een uitgestippelde route leidt je door de hele winkel. Op je tocht schreeuwen de producten: ‘Neem mij mee!’ De ultieme test is om met een uiterst beperkt boodschappenlijstje de Ikea-winkel te betreden en met niets meer dan wat op het lijstje stond, de winkel weer te verlaten.

Je verlangens beheersen en minder waarde hechten aan spullen en status zijn de kern van talloze klassieke levensscholen (Socrates, Epicurius, ...) en religies. Deze inzichten zijn samengebracht tot wat men nu ‘het minimalisme’ noemt.⁵ Ik nodig je uit om op internet inspiratie op te doen en minimalisme toe te passen in je eigen leven.

‘Kan ik weerstaan aan de lokroep van internetaankopen?’

Het aantal internetaankopen neemt exponentieel toe.⁶ Bovendien sturen steeds meer mensen de aangekochte goederen terug. Vooral bij kledijbestellingen is er massaal heen-en-weertransport. Een kledingstuk kan er perfect uitzien in folders en op webpagina's, maar pas als je het hebt gepast, kun je beslissen of het jou staat of niet. In het rapport ‘Volumes and destruction of returned and unsold textiles in Europe's circular economy’ van het European Topic Centre on Circular Economy and Resource Use, wordt geschat dat ongeveer 20% van de kleding en 30% van het schoeisel dat online wordt besteld in de EU door consumenten wordt teruggestuurd.⁷ Al dat transport veroorzaakt ook een hoge CO₂-uitstoot en is dus nefast voor het milieu. Door de groeiende interesse voor internetshoppen is er weliswaar minder behoefte aan fysieke panden, wat een vermindering in gebruik van gas, water en elektriciteit betekent, maar de totale milieu-impact van de wereldwijde internetmarkt is enorm. Voor meer info verwijst ik graag naar het boek ‘Duurzaam online shoppen. Praktijkids voor e-commerce van morgen’ van Heleen Buldeo Rai.

Nog een hallucinante vaststelling: gemiddeld een derde van de teruggestuurde kledij wordt vernietigd.⁸ Het is namelijk goedkoper om er de schaar in te zetten, dan te controleren of het kledingstuk niet beschadigd of vuil is. Het gebeurt wel vaker dat een consument snel een mooie outfit op internet kiest om naar een feestje te gaan, om het de volgende dag, bezweet en bevuild, terug te sturen met de boodschap: ‘het past niet’.

Nog een probleem is de verpakking. De hoeveelheid kartonnen dozen die dagelijks nodig is voor alle pakjes ter wereld is niet te overzien. Initiatieven om herbruikbare e-commerce verpakkingen

in te zetten nemen toe. Er wordt hierbij een waarborg gevraagd zodat de consument zeker de verpakking terugstuurt.

Als je je dan toch laat verleiden om online te shoppen:

- ▶ Kies voor de leveringsformule waarbij het pakket vervoerd wordt tot de rand van de stad of wijk en het vervolgens met een fietser aan huis geleverd wordt.
- ▶ Zorg ervoor dat het pakket afgeleverd kan worden: blijf thuis, zorg dat de burens het in ontvangst kunnen nemen, vervang je brievenbus door pakketboxen speciaal voorzien voor de ontvangst van pakjes.
- ▶ Vermijd een 24-uurs bezorgservice. Zo kan jouw pakket gebundeld worden met pakketten besteld door de burens.
- ▶ Laat je pakket afzetten op een afhaalpunt in de buurt waar je doorgaans boodschappen doet.
- ▶ Doe je internetaankopen op webshops van lokale handelaars, zoals storesquare of beedrop. Je steunt zo niet alleen de lokale economie, maar je hebt ook meer zekerheid over de kwaliteit en garantie als er iets misloopt én je koolstofvoetafdruk voor het transport is kleiner.

CIRCULAIRE ECONOMIE

Na het bewust en doordacht afwegen of we wel of niet een bepaald product aankopen, is de volgende vraag die we ons moeten stellen: 'Welke producten zijn klimaatverantwoord?'. Daartoe bekijken we als kritische consument of het product past in de circulaire economie.

Wegwerpmaatschappij versus circulaire economie

We staan er soms niet meer bij stil hoeveel producten we na kortstondig gebruik onmiddellijk weggooien: balpennen, washandjes, bestek, bekers, verpakkingen, luiers, huishouddoekjes, elektronische sigaretten, aanstekers, scheermesjes, ... Je kunt het zo gek niet bedenken of er bestaat wel een wegwerpvariant.

Het op de markt brengen van waardeloze, goedkope wegwerp-producten is een heel winstgevend businessmodel. Hoe sneller producten kapot zijn, hoe sneller de consument nieuwe aanschaft. En de consument trapt maar al te graag in de valkuil van de superaanbiedingen, zoals 'alles aan 1 euro', '2 kopen, 1 betalen', kortom: voor weinig geld veel kopen. Waar de consument niet aan denkt, is dat hij op langere termijn veel meer geld uitgeeft aan de aankoop van steeds nieuwe goedkope (meestal van lage kwaliteit) producten, dan eenmalig te investeren in duurzame, degelijke producten.

Onze wegwerpmaatschappij waarbij grondstoffen ontgonnen, omgezet en verwerkt worden tot producten, die na eenmalig gebruik verbrand of gestort worden, is niet langer houdbaar. De exponentieel toenemende wereldbevolking en de buitensporige overconsumptie leiden tot gigantische milieuproblemen en tot razendsnelle uitputting van grondstoffen. Zeker voor Europa begint het schoentje te knellen, want grondstofontginning op Europese bodem is zo goed als nihil. Dit maakt Europa financieel afhankelijk van de andere continenten en dit is geen aangename en comfortabele economische positie.

Ruk je los uit de wegwerpmaatschappij! Gebruik je logisch verstand en je creativiteit om ecologisch verantwoorde alternatieven te zoeken. Vul zelf het onderstaande lijstje aan:

- Vervang oorstokjes door herbruikbare oorlepeltes.
- Vervang wegwerpluiers door wasbare luiers. Deze zijn voor de volledige luierperiode van de baby zelfs financieel voordeliger dan wegwerpluiers.
- Gebruik geen rietje of vervang plastic drinkrietjes door herbruikbare rietjes van roestvast staal of glas.
- Vervang met plastic gecoate kartonnen ijsbekertjes door eetbare ijshoorntjes.
- Gebruik een demonteerbare tandenborstel, waarbij enkel het deel met de haartjes vervangen dient te worden.
- Vervang wegwerpscheermesjes door een herbruikbaar scheermes.

Wegwerpproducten vervangen door herbruikbare alternatieven is een eerste stap in de transitie naar een circulaire economie, een model dat haaks staat op de wegwerpmaatschappij.

De circulaire economie biedt veel mogelijkheden om op een ecologische en klimaatverantwoorde manier te consumeren. De omzetting van grondstoffen naar materialen vraagt namelijk ontzettend veel energie. De materialen die het meest energie gebruiken bij productie zijn staal, aluminium, cement, papier en karton en plastic.⁹ Aangezien deze energie vooral opgewekt wordt via fossiele brandstoffen, draagt deze omzetting enorm bij aan het broeikas-effect. Materialen in de kringloop houden betekent dat de omzetting van grondstof naar materialen voor het maken van producten wegvalt, waardoor de CO₂-emissies dalen.¹⁰ De overgang naar een circulaire economie levert bijgevolg een belangrijke bijdrage tot de beperking van de opwarming van de aarde.

Door ons aankoopgedrag kunnen wij de circulaire economie een serieuze boost geven, want uiteindelijk kunnen wij bepalen welke producten op de markt gewenst zijn. De vraag die we ons als kritische en milieubewuste consument vanaf nu stellen is: 'Past dit product in de circulaire economie?' Om daar een antwoord op te geven verdiepen we ons in de principes van de circulaire economie.

Principes van de circulaire economie

If it can't be reduced, repaired, rebuilt, refurbished, refinished, resold, recycled or composted, then it should be restricted, redesigned or removed from production.

— Peter Seeger