

KLIMAATBEWUST CONSUMEREN

Uitgeverij Academia Press
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 94 014 7834 2 – D/2021/45/269 – NUR 740

Karine Van Doorselaer
Klimaatbewust consumeren. Maak zelf het verschil
Gent, Academia Press, 2021, 96p.

Tweede druk, 2021
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 en/of openbaar gemaakt door middel van druk,
fotokopie, microfilm of op welke andere wijze ook, zonder
voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.



Karine Van Doorselaer

KLIMAATBEWUST CONSUMEREN

Maak zelf het verschil



ACADEMIA
PRESS

The logo for Academia Press, consisting of a stylized graphic of three vertical lines of varying heights above the text "ACADEMIA PRESS" in a clean, sans-serif font.

*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	17
Principes van de circulaire economie	19
Hergebruik	20
Levensduur van producten verlengen	22
<i>Van hebben naar gebruiken dankzij de deeleconomie</i>	22
<i>Shoppen in het tweedehandscircuit</i>	25
<i>Herbruikbare producten in retoursysteem</i>	26
<i>Herstelbare producten</i>	28
<i>Moduleerbare en upgradebare producten</i>	29
Sluiten van de materiaalkringloop	30
Is er plaats voor plastic in de circulaire economie?	31
<i>Vermijd wegwerpproducten</i>	32
<i>Weg met de microbeads</i>	32
<i>Wat met microvezels?</i>	33
<i>Bioplastics, biodegradeerbare plastics:</i>	
<i>de verwarring ontknoopt</i>	34
<i>Een wereld zonder plastics is ondenkbaar</i>	36
Koop lokale producten	38
<i>Succesvol sluiten van de korte keten</i>	39

<i>Kwaliteitsgarantie lokale producten</i>	39
<i>Impact van (zee)transport</i>	41
Verpakkingen	43
<i>Doel van verpakkingen</i>	43
<i>Verpakkingsvrij winkelen</i>	45
<i>Kies herbruikbare verpakkingen</i>	46
<i>Kies verpakking uit recycleerbaar materiaal</i>	49
<i>Kies verantwoorde verpakkingsgrootte</i>	57
<i>Beperk voedselverspilling</i>	57
LANG LEVE DE VEGETARIËRS	64
STOP DE ONTBOSSING	65
Het palmolieschandaal	65
Vermijd soja uit Amerika	68
Koop duurzaam leer	70
Kies hout en papier uit bossen met duurzaam beheer	72
TRANSPORT	74
Auto's op benzine, diesel of elektrisch?	74
Milieu-impact van het rijcomfort	77
GA KLIMAATBEWUST OM MET DE DIGITALE WERELD	82
Energiegebruik ICT-sector	82
De stijgende vraag naar zeldzame metalen	85
MILIEUBEWUSTE CONSUMENTEN VERENIG JULLIE!	88
BESLUIT	91
NUTTIGE LINKS	93
EINDNOTEN	94

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, waar mijn lezingen destijds zijn gestart.

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 in 2019 geplant door de 16-jarige Zweedse activiste Greta Thunberg. Elke vrijdag hield zij een zitstaking voor het Zweedse parlement om zo ambitieuzere ingrepen en oplossingen voor de klimaatproblematiek aan de beleidsmakers te vragen. 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.

Politici hebben wereldwijd bij de aanpak van de COVID-19-pandemie in 2020 heel drastische maatregelen genomen, tot zelfs een volledige lockdown, met als credo 'gezondheid primeert boven

economische belangen'. De gevolgen van de klimaatveranderingen zullen veel ernstiger zijn dan de gezondheids crisis veroorzaakt door het coronavirus en ze zijn zeker niet op te lossen door het ontwikkelen van een vaccin. Een oproep bij deze aan de politici om op de ingeslagen weg van het nemen van politieke verantwoordelijkheid verder te gaan en de klimaatproblematiek op zijn minst even ernstig aan te pakken als de coronapandemie.

De focus van de klimaatregeling ligt 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.

Volgens het Intergouvernementeel Panel voor Klimaatverandering (IPCC)² was de bijdrage aan het broeikaseffect van de diverse sectoren in 2014 wereldwijd:

- ▶ 25 % energieopwekking
- ▶ 24 % land- en bosbouw
- ▶ 21 % industrie
- ▶ 14 % transport
- ▶ 6 % gebouwen, wonen
- ▶ 10 % overige

Bij de aanpak van de klimaatproblematiek is het dus van belang om het volledige plaatje te bekijken en op verschillende terreinen tot actie over te gaan. 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’.³

Een grote hoeveelheid CO₂ in de industrie komt vrij bij de omzetting van grondstoffen naar materialen, denk bijvoorbeeld aan de omzetting van ijzererts naar staal. De materialen die het meeste energie gebruiken bij productie zijn staal, aluminium, cement, papier en plastic.⁴

De boodschap is dus: voorkomen dat we grondstoffen moeten omzetten naar materialen. Dit kan door enerzijds de vraag naar materialen te laten dalen door minder te produceren en dus minder te consumeren, en anderzijds door ernaar te streven materialen zoveel mogelijk te hergebruiken.

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 dertig jaar geleden 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 voor de deur 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 fruitsoorten 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’ 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 vliegt.

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. 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. Maar liefst 60% van alle aankopen wordt teruggestuurd.⁶ Al dat transport veroorzaakt een hoge CO₂-uitstoot en is dus nefast voor het milieu. Hoewel internetshoppen een positief effect heeft op het milieu en in het bijzonder op het klimaat, omdat minder fysieke panden een vermindering in het gebruik van gas, water en licht betekent, weegt deze besparing niet op tegen de vele milieubelastende kilometers.

Nog een hallucinante vaststelling: veel van de teruggestuurde kledij wordt vernietigd. 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’. Om dit tegen te gaan, brengt de online modewinkel Zalando een hele grote sticker op een zichtbare plaats aan. Als die sticker niet meer op het teruggestuurde kledingstuk aanwezig is, dan krijgt de klant geen geld terug. Zalando probeert daarnaast teruggestuurde kledij opnieuw te verkopen, maar dat lukt niet goed. Te veel retourgoederen zijn niet meer in voldoende goede staat voor een tweede (of derde) verkoop poging.

Nog een probleem is de verpakking. De hoeveelheid kartonnen dozen die dagelijks nodig is voor alle pakjes ter wereld is niet te overzien. In België worden er 300.000 tot 500.000 pakjes per dag

geleverd en op piekdagen (zoals Valentijn) nog meer.⁷ Initiatieven om herbruikbare verpakking te gebruiken bestaan, maar dat strookt niet met de tendens om een ‘beleving’ te creëren bij het openen van pakjes, waardoor deze veel toeters en bellen hebben.

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; neem alvast een kijkje op de weblink www.ikkooplokaal.be. 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 carbonvoetafdruk 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 wegwerpproducten 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 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:

- ▶ 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. (Een elektrische tandenborstel heeft een grotere milieu-impact dan de klassieke tandenborstel!)
- ▶ 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 ecologisch en klimaatverantwoorde manier te consumeren. De omzetting van grondstoffen naar materialen vraagt namelijk ontzettend veel energie, denk maar aan de hoogovens voor de productie van staal of de energievretende cementovens. Aangezien deze energie vooral opgewekt wordt via fossiele brandstoffen, draagt deze omzetting enorm bij aan het broeikaseffect. Materialen in de kringloop houden betekent dat de omzetting van grondstof naar materialen wegvalt, waardoor de CO₂-emissies dalen.⁸ Het langer gebruiken en delen van producten doet de vraag naar materialen dalen, wat ook resulteert in minder omzetting van grondstoffen naar materialen. 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

Hergebruik

Het vlindermodel, opgesteld door de Ellen MacArthur Foundation, visualiseert de circulaire economie. Met enige fantasie herken je inderdaad een vlinder. 'Het lichaam' is de levenscyclus van een product. Bovenaan het ontginnen van de grondstoffen of het winnen van biomassa, vervolgens de productie van de materialen. Deze materialen worden in producten verwerkt en deze producten komen via de distributieketen bij de gebruiker terecht. Als wij, de consumenten, de producten om welke reden dan ook willen afdanken, dan is het geen optie meer om deze afgedankte producten te verbranden of te storten. In het model van de circulaire economie worden de producten, de onderdelen en de materialen in de kringloop gehouden.

Materialen hergebruiken in de biologische kringloop houdt in dat men de producten na afdanken composteert tot bio-bouwstenen voor de regeneratie van nieuwe materialen, bijvoorbeeld het composteren van biomassa of de productie van biogas dat dan als brandstof kan ingezet worden. Materialen in circulatie houden in de technologische kringloop betekent dat men de materialen optimaal recycleert, bijvoorbeeld glazen flessen inzamelen, smelten en terug nieuwe producten van maken. Het vlindermodel stelt de beide kringlopen voor als de twee vleugels van de vlinder.

Composteren en recycleren zijn slechts de allerlaatste opties om de kringloop te sluiten. In eerste instantie wordt de levensduur van de producten zo lang mogelijk gehouden. We streven ernaar om de producten te hergebruiken door bijvoorbeeld spullen naar kringloopwinkels te brengen, het product te herstellen, te kiezen voor herbruikbare verpakkingen, ... Het verlengen van de levensduur en het hergebruik van producten en onderdelen wordt voorgesteld door de kleinere vleugels in het vlindermodel.