

Ethisch consumeren



Uitneembaar katern
24 pagina's

is bewust keuzes maken

Inhoud

- 2 **Ethisch consumeren is bewust (niet) kopen**
Een filosofische en ecohumanistische benadering van productie en consumptie
- 6 **Voedselveiligheid en voedselkwaliteit: je bent wat je eet**
De gevolgen van de industrialisering van de voedingssector en mogelijke alternatieven
- 10 **Om te delen: de weg naar een duurzame samenleving**
De deeleconomie in theorie en in praktijk
- 14 **Van biokatoen tot homemade bruisballen: de kracht van de consument**
Kleding, cosmetica- en huishoudproducten: betrouwbare keurlabels, inspiratie en handige tips

- 16 **'Ethiektronische' apparaten**
De beperkte levensduur van elektroapparaten en de meerwaarde van een faire smartphone
- 18 **Bewust consumeren, ook op de werkplek**
Proefondervindelijk uitgetest in het huisvandeMens in Diksmuide
- 22 **Reclamewijs opvoeden**
Kinderen opleiden tot kritische consumenten

Ethisch consumeren is bewust **(niet)** kopen



Vrijzinnig humanisten staan bewust in het leven. Ze denken kritisch na en geven zelf vorm aan regels en normen van goed en kwaad. In alle aspecten van hun leven maken vrijzinnig humanisten ethische overwegingen. Ook bij het consumeren. Om te weten welke ethische overwegingen een rol spelen bij het winkelen, gaan we te rade bij twee filosofen: Peter Singer, die ethische regels toepast in het dagelijks leven, en Floris van den Berg, die een vernieuwde levensbeschouwing uitwerkte: het ecohumanisme.

Consuminderen is niet alleen minder kopen, het is ook bewust zoeken naar alternatieven

Liza Janssens

In de massaproductie maximaliseren bedrijven hun winst door te besparen op loonkosten en arbeidsomstandigheden



Vrije markt

In een ideale wereld hoeven we ons geen zorgen te maken over de oorsprong van wat we kopen. We kunnen erop vertrouwen dat onze kleren niet door kinderhanden worden gemaakt. Helaas heerst in ons huidige economisch systeem het ideaal van de vrije markt. Winstmaximalisatie is daarbij het enige doel. Die winst maakt men door te besparen op productiekosten en zoveel mogelijk te verkopen. De consument bepaalt dus voor een stuk wat op de markt komt. Door te kopen wat je maar wilt, zonder erbij na te denken, draag je bij aan heel wat ethische en ecologische problemen. Als bewuste consument evenwel bepalen duurzame ecologische, sociale en ethische criteria mee wat je koopt. Denk maar aan eerlijke handel, goede arbeidsomstandigheden, milieu-impact, dierenwelzijn...

Eerlijke goederen

Ethiek gaat over het effect dat onze individuele keuzes op anderen hebben. Je volgt niet louter regeltjes zoals 'niet stelen', maar neemt verantwoordelijkheid op voor

de gevolgen van jouw handelingen. De Australische filosoof Peter Singer baseert zich hiervoor op het utilitarisme van Jeremy Bentham (Engelse filosoof en jurist, 1748-1832, red.). Daarbij streef je naar het grootste geluk voor het grootste aantal mensen en wil je leed voorkomen.

Heel wat producten worden in massaproductie vervaardigd, waarbij de kostprijs zo laag mogelijk moet liggen opdat de winst maximaal is. Men bespaart op loonkosten en arbeidsomstandigheden. Daarom zijn in lageloonlanden kinderarbeid, gezondheidsrisico's en veiligheidsvoorschriften een wijdverspreid probleem. Mensen werken er in erbarmelijke arbeidsomstandigheden voor een hongerloon. Zij kennen geen geluk, maar vooral leed.

Fairtrade producten daarentegen worden lokaal vervaardigd in kleine coöperaties. Er wordt een eerlijke prijs betaald die de productiekosten dekt en men betaalt er eerlijke lonen in verhouding tot de levensstandaard van de regio. Kiezen voor fairtrade produc-

ten zorgt voor een beter leven voor mensen in ontwikkelingslanden.

Effectief altruïsme

Het is volgens Singer niet alleen onze morele plicht om geen schade te berokkenen, maar evengoed om te helpen waar mogelijk. Ethisch consumeren is dus niet alleen je afvragen waaraan je geld uitgeeft, maar ook waaraan je geen geld uitgeeft. Of beter, waarvoor je je geld niet gebruikt om iets te bereiken. Zo schaad je niemand door nieuwe schoenen te kopen, maar je helpt er ook niemand mee. Je zou ervoor kunnen kiezen het geld voor die nieuwe schoenen te doneren aan een organisatie die kindarmoede bestrijdt.

Een ethische levensstijl houdt in dat je ook anderen helpt, zoals mensen in armoede en hongersnood. In het boek *The Most Good You Can Do* (2015) beschrijft Singer het effectief altruïsme, een nieuwe beweging van mensen die met zo min mogelijk middelen zoveel mogelijk goeds willen doen. Zij gaan zuiniger leven om meer van hun in-

komen aan doeltreffende hulporganisaties te schenken. Wanneer iedereen één procent van zijn inkomen zou afstaan en de rijksten iets meer, dan komt er 1,5 biljoen dollar vrij voor goede doelen die armoede bestrijden. Volgens Singer is ons leven pas betekenisvol als we kunnen bijdragen aan belangrijke doelen. De wereld wordt zo een betere plek omdat jij erin leeft, ondanks jouw misschien geringe bijdrage.

Animal Liberation

Niet alleen mensen maar ook dieren kunnen lijden. Daarom moeten we ook hun geluk nastreven. Singer beschrijft in het boek *Animal Liberation* (1975) wat er fout is met de manier waarop wij over dieren denken en hoe we met hen omgaan. Door dieren industrieel te fokken voor vleesconsumptie, op hen te experimenteren in laboratoria en ze te gebruiken in circussen en dierentuinen voor ons amusement, berokkenen we heel wat leed dat niet te rechtvaardigen is.

Dieren zijn bewuste wezens, die pijn en genot voelen. Indien we het vermoorden van mensen onethisch vinden, dan kunnen we het doden van dieren louter om ons te

voeden evenmin humaan vinden. Daarom spreekt Singer van een discriminatie op basis van soort. Dankzij *Animal Liberation* werden in Europa een aantal wetten ingevoerd die de zwaarste misbruiken aan banden leggen. Maar het dierenleed in de voedingsindustrie blijft voortbestaan. Dat is echter gemakkelijk op te lossen wanneer niemand nog vlees en zuivelproducten uit industriële veeteelt koopt.

De vrolijke veganist

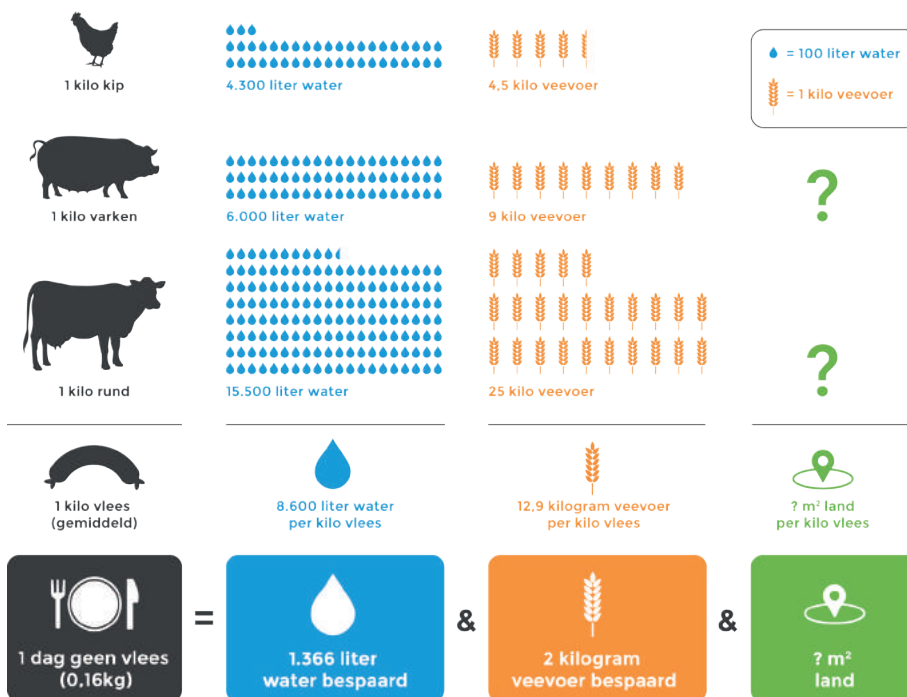
Veganisme is voor de Nederlandse filosoof Floris van den Berg geen hobby, maar een morele plicht. Hij baseert zijn argumentatie op het schadebeginsel van John Stuart Mill (Engelse filosoof en econoom, 1806-1873, red.) waarbij de mens vrij is zo lang hij anderen geen schade toebrengt. Ook de dieren behoren tot die 'anderen', want zij kunnen evengoed lijden. Stel dat je een koe bent, stelt Van den Berg in *De vrolijke veganist* (2013), zou jij dan gekweekt willen worden in een heel beperkte ruimte om nadien geslacht te worden?

Wie het eten van dieren verdedigt, promoot in de ogen van Van den Berg een onmen-

selijk systeem dat even erg is als de slaavernij. Het dierenleed verminderen zoals in de biologische veeteelt is voor hem niet voldoende. Iets minder slecht is nog steeds niet goed. Argumenten als 'het is lekker' of 'veganisme is niet gezond' zijn volgens hem ethisch irrelevant, want smaak en gezondheid zijn geen morele categorieën. Bovendien sterf je niet acuut van een plantaardig dieet.

Naast het dierenleed zijn ook andere ethische criteria doorslaggevend om niet langer vlees en zuivelproducten te consumeren. Zo hebben landbouwlobby's voordeel bij de overproductie van dieren omdat de Europese Unie hen exportsubsidies geeft. Dit staat eerlijke handel in de weg, want lokale boeren worden weggeconcurrerd.

De vleesindustrie heeft ook een zware impact op het milieu. Ze is watervervuilend en draagt sterk bij aan de opwarming van de aarde. Bovendien is ze verkwistend, want maar liefst zeventig procent van de graanproductie in de Verenigde Staten wordt gebruikt als veevoer. Zo heb je gemiddeld 12,9 kilo veevoer nodig om slechts één kilo vlees te verkrijgen. Bij een plantaardig dieet



De vleesindustrie is verkwistend, want er is gemiddeld 12,9 kilo veevoer nodig om slechts één kilo vlees te verkrijgen

Bron: www.nudge.nl

De afvalberg die ontstaat door overmatig consumeren is nefast voor het milieu



kunnen landbouwgronden die gebruikt worden voor veevoeder benut worden voor gewassen voor consumptie. Zo kan de honger in de wereld worden opgelost.

Voor Van den Berg is het duidelijk: een plantaardig dieet is de enige oplossing voor alle problemen met de vlees- en zuivelindustrie.

Consuminderen

Niet alleen de vleesindustrie heeft een negatieve invloed op het milieu. De afvalberg die we creëren door ons overmatig consumeren is even nefast. Zo is de plastic waarmee alle producten worden ingepakt echt schadelijk voor het milieu. Die verpakkingen breken immers moeilijk af en veroorzaken problemen zoals de plasticsoep in de oceaan. In Wallonië zal je vanaf 1 maart 2017 in geen enkele winkel nog plastic zakken vinden. Vlaams minister van Omgeving, Natuur en Landbouw Joke Schauvliege is wel te vinden voor een dergelijk verbod, maar wil dat eerder op federaal niveau regelen.

Producenten hebben er baat bij jou zoveel mogelijk te verkopen, ook al heb je iets niet meteen nodig. Door minderwaardige materialen te gebruiken, zoals plastic in de plaats van metaal, zorgen ze ervoor dat hun producten sneller stuk gaan. De con-

sument is echter niet langer vaardig in het zelf herstellen van spullen en koopt gewoon een nieuw artikel. Daarnaast ontwikkelt men razendsnel nieuwe modellen, die net iets meer kunnen dan het vorige. Het moet aanzetten tot kopen. Want ook al werkt het oude apparaat nog perfect, dat nieuwe model is toch net iets hipper.

Elektronisch afval bevat heel wat giftige stoffen en is duur om te recyclen. Daarom wordt het vaak geëxporteerd naar ontwikkelingslanden. Daar probeert men er op amateuristische wijze, met zware gevolgen voor de gezondheid, kostbare onderdelen uit te halen om wat brood op de plank te krijgen.

Consuminderen is niet alleen minder kopen. Het is ook zoeken naar alternatieven voor de industriële kant-en-klaarproducten, zoals was- en schoonmaakmiddelen. Die kunnen eenvoudig zelf gemaakt worden. Je bespaart zo op afval van plastic flessen en brengt geen schadelijke chemicaliën meer in het milieu. En het is goedkoper!

Ecohumanisme

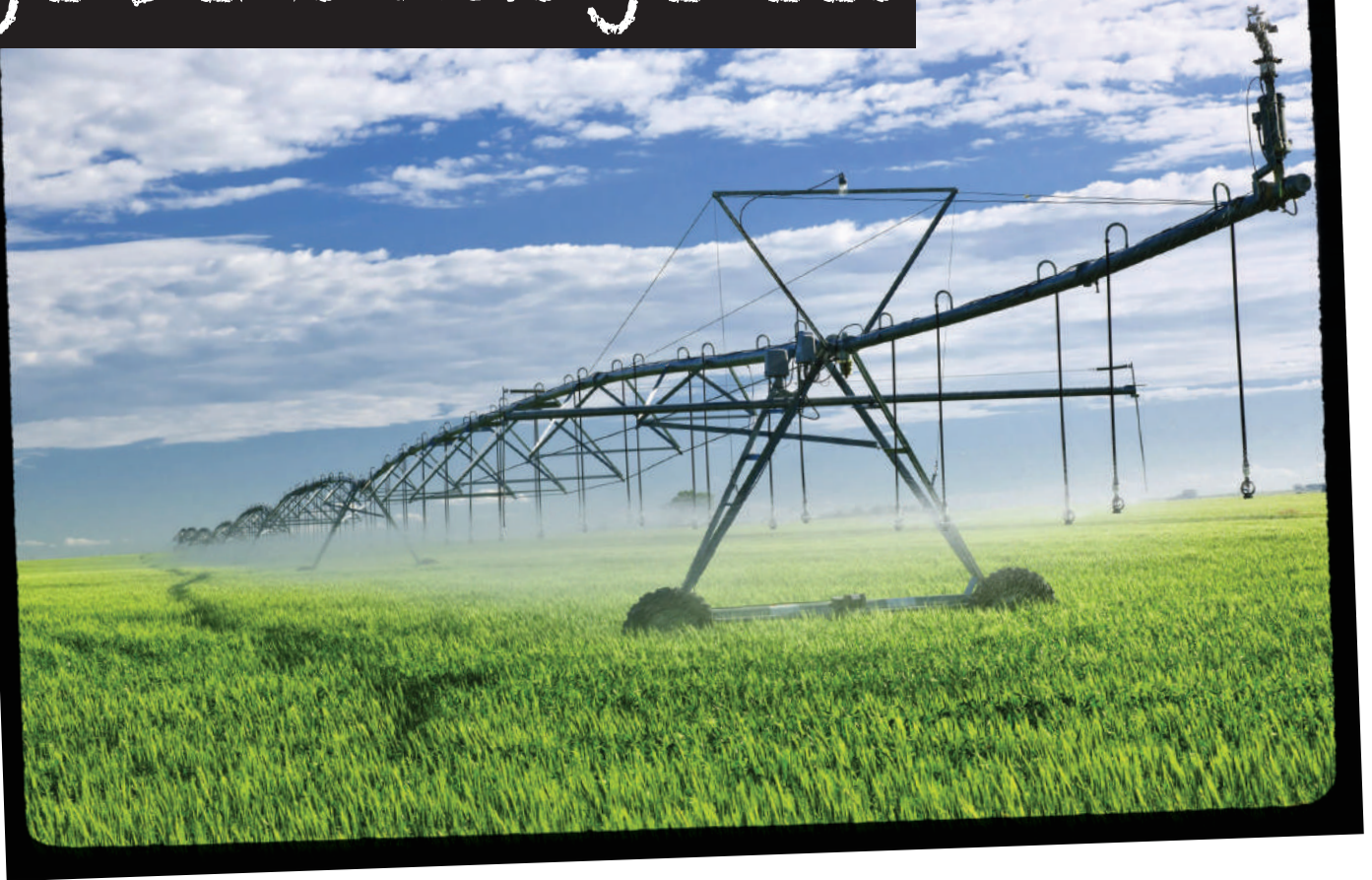
Floris van den Berg pleit in zijn boek *Beter weten* (2015) voor een herziening van het humanisme naar het ecohumanisme. Het

hedendaagse humanisme is volgens hem blind voor de negatieve impact van de mensheid op het ecologische systeem van de aarde. Het plaatst de mens van hier en nu centraal. Maar die mens van hier en nu legt een zware druk op het milieu. Dit heeft gevolgen voor toekomstige generaties. We moeten meer rekening gaan houden met die toekomstige generaties. Door ecologie centraal te plaatsen in het humanisme wil Van den Berg onze morele cirkel uitbreiden met toekomstige generaties. Duurzaam samenleven komt zo voorop te staan.

In een duurzame samenleving moeten we anders gaan leven en consumeren. Ons westers levenspatroon kan niet door iedereen op aarde en eeuwig volgehouden worden. We moeten een duurzame ecologische voetafdruk nastreven, waarbij we zo min mogelijk schade berokkenen aan andere wezens hier en nu en in de toekomst. Dit kan door te kiezen voor een hoofdzakelijk plantaardig dieet. Door vooral biologische en fairtrade producten te kopen. Door minder te consumeren en te kiezen voor alternatieven voor de industriële kant-en-klare producten. Door het geld dat we daarmee uitsparen te doneren aan goede doelen. Kortom, door bewust al dan niet te kopen.

Voedselveiligheid en voedselkwaliteit:

je bent wat je eet



Voedingsmiddelen zijn de bouwstenen van ons lichaam, van onze hersenen, kortom, van het leven. Je bent wat je eet. Maar staan we ook wel eens stil bij wat we eten? De manier waarop voedsel wordt vervaardigd is sterk veranderd de afgelopen eeuw en elke evolutie in de voedselindustrie brengt positieve en negatieve gevolgen mee. Laten we eens van dichterbij bekijken hoe we die bouwstenen van het leven maken en welke invloed dat op ons lichaam en onze manier van denken heeft. Hippocrates, de grondlegger van de westerse geneeskunde, meende dat voeding het belangrijkste medicijn is, dus de vraag naar de veiligheid en kwaliteit van wat we eten is niet onterecht.

Yvan Dheur

◀ De industrialisering van de voedingssector betekent dat winstbejag vaak primeert en niet productkwaliteit of gezondheid

De teelt van genetisch gemodificeerde gewassen geeft aanleiding tot hevige discussies over de impact ervan op mens en milieu



Voedsel, veilig?!

Drie à vier eeuwen geleden was de overgrote meerderheid van de wereldbevolking hoofdzakelijk bezig met het produceren van voedsel om in het eigen onderhoud te voorzien. Parallel met de industrialisering van de productie is dat cijfer gedaald tot slechts enkele procenten of zelfs tot minder dan één procent van de bevolking in de geïndustrialiseerde landen. In België bijvoorbeeld werkt nog amper 0,7 procent van de bevolking in de agrarische sector.

In de jaren zestig van de vorige eeuw gingen financiële en industriële groepen zich op grote schaal toeleggen op het produceren van voeding, waardoor vandaag een handvol concerns - zoals Nestlé, Kraft, Unilever, Coca-Cola en Monsanto - de overgrote meerderheid van de wereldbevolking voedt. Recent werden er verschillende documentaires gemaakt over de gevolgen van die industrialisering in de voedingssector, onder meer *We Feed the World* en *De wereld volgens Monsanto (Le monde selon Monsanto)*. Prioritair voor zo'n wereldgroep zijn de aandeelhouders, wat betekent dat winstbejag vaak primeert op productkwaliteit of gezondheid. Fenomenen zoals de gekkekoeienziekte, de dioxinekippen, de blauwtongschape, de paardenvleeslasagnes, de E. coli-infecties in schoolkantines, de antibioticazalm of nog de vergiftiging van honderden baby's in China door vervuild melk-

poeder zouden allen kunnen herleid worden tot de verschuiving van de productiewijze en filosofie binnen de agrarische voedingssector.

Genetische manipulatie

Het is logisch dat boeren, die hun winstmarges al aanzienlijk hebben zien dalen en het vaak moeilijk hebben om financieel nog rond te komen, resistente en rendabele producten wensen te verbouwen. De genetische manipulatie of modificatie heeft op dat vlak een grote bijdrage geleverd. Zo vind je vandaag bijvoorbeeld moderne variëteiten van aardbeien die een betere oogst garanderen en beter bestand zijn tegen ziekten dan de oude variëteiten. Helaas kan je niet stellen dat de genetici aandacht besteed hebben aan de smaak, aangezien die nieuwe aardbeien vaak naar zuur water smaken. Die redenering kan jammer genoeg worden doorgetrokken voor de meeste 'moderne' variëteiten van fruit, groenten, vlees en vis.

Genetici beweren dat genetische manipulatie van voedsel geen enkel gevaar voor de gezondheid inhoudt, maar in een aantal documentaires wordt het tegendeel gesuggereerd. In *De wereld volgens Monsanto* wordt betoogd dat er sinds de introductie van genetisch gemodificeerde gewassen veel mutaties in onder meer maïs zijn opgetreden. Onze menselijke genen muteren ook en meestal is dat goed voor de evolutie

van de mens, maar in hoeverre artificieel gestuurde mutaties ook heilzaam zijn voor een gezond lichaam, dat is aan veel speculatie onderhevig.

Dierenwelzijn

Ook de wijze waarop dieren behandeld worden laat vaak te wensen over. Organisaties die voor de bescherming van de dieren en het dierenwelzijn ijveren, maken het publiek er terecht attent op hoe erbarmelijk de levensomstandigheden van heel wat gekweekte dieren zijn. Het verschil in smaak tussen een kip afkomstig van een industriële kippenkwekerij en een biologische kip die natuurlijke granen heeft genoten en in goede omstandigheden heeft geleefd, spreekt voor zich. Maar meer nog dan zich zorgen te maken over de smaak, dienen we ons als bewuste consument vragen te stellen bij het dierenleed dat wordt veroorzaakt door de grootschalige, industriële productieprocessen in de vleesindustrie.

Er loopt heel wat mis in onze voedselketen en vaak hebben we het gevoel er weinig of niets aan te kunnen veranderen. De afname van de koopkracht draagt er ook toe bij dat de consument geneigd is om op zijn voeding te besparen, wat dan weer de gezondheid nog meer in het gedrang brengt. Hoe de farmaceutische industrie dit bekijkt, laten we voorlopig even buiten beschouwing. Je oogst wat je zaait, nietwaar?

Voedsel... kwaliteit!

Toch schijnt er ook een beetje licht in de duisternis. Mensen worden zich steeds bewuster van de rampzalige toestanden in de voedingssector en gaan op zoek naar mogelijke 'oplossingen'. Met een heleboel ontwikkelingen op het vlak van gezonde voeding tot gevolg, onder meer *slowfood*, *superfood*, *functional foods* en biovoeding.

De filosofie van het *slowfood* is een anti-industrialiseringsfilosofie. Ze schrijft lokale, ambachtelijke, gezonde en natuurlijke kwaliteitsvoeding voor als standaard en helpt kleine, lokale producenten. Ze beoogt ook om in restaurants, bij traiteurs of in plaatselijke voedingswinkels de lokale kwaliteitsproducten te promoten boven de geïmporteerde massaproducten. Je vindt tientallen websites met adressen van restaurants in België die de *slowfood*-standaard erop nahouden.

Superfood komt eerder uit de voedingsleer. Het idee was om wetenschappelijk te onderzoeken welke voedingsmiddelen in staat zouden zijn om alle lichaamsfuncties te laten werken indien je gedurende een zeer lange periode uitsluitend dat ingrediënt zou eten. Stel je even voor dat je alleen op een onbewoond eiland zit en alleen bananen

ter beschikking hebt gedurende tien jaar. Bananen zijn *superfood*, ze beschikken over alle nutriënten of voedingsstoffen die nodig zijn om alle lichaamsfuncties te laten functioneren. De laatste jaren wordt de term *superfood* echter misbruikt voor marketingdoeleinden, zogezegd uit gezondheidsoverwegingen.

Functional foods of functionele levensmiddelen - ook wel *alicamenten* genoemd - zijn voedingsmiddelen die verrijkt worden met onder andere voedingssupplementen. Volgens de marketeers zouden *functional foods* de gezondheid ten goede komen.

Biovoeding

Biovoeding neemt sedert de jaren negentig een steeds groter marktaandeel in de voedingssector in. Het betreft voedsel dat op een zo natuurlijk mogelijke wijze wordt geproduceerd. Voeding gemaakt zonder of liefst met zo weinig mogelijk chemische bestrijdingsmiddelen, kunstmest, hormonen, genetische manipulatie of groeistimulators. Voeding gemaakt met respect voor de ecologie en de natuur. Kwaliteitsvoeding, met andere woorden.

Er is al veel inkt gevloeid over de vraag of biovoeding al dan niet gezonder is. De in-

dustriële voedingssector doet er alles aan om aan te tonen dat dit niet het geval is. De wetgeving inzake de bionormen vertoont grote hiaten, al dan niet onder invloed van de industriële lobby's. Ernstige wetenschappelijke studies tonen aan dat er meer vitaminen en mineralen en minder schadelijke afvalstoffen in biovoeding zitten dan in industriële voedingswaren. Wat betreft de smaak, de textuur en het gevoel in de mond, dat is eenvoudig zelf te testen. Koop bij gelegenheid een biologisch en een industrieel voedingsproduct, proef en trek je conclusies.

Agentschap voor voedselveiligheid

Het ontstaan van het concept voedselveiligheid heeft in het jaar 2000 geleid tot de oprichting van het Federaal Agentschap voor de Veiligheid van de Voedselketen (FAVV). Volgens sommigen ten gevolge van de massa voedselschandalen in de jaren negentig, volgens anderen is het organisch gegroeid omdat de hele wereld zich begon te interesseren voor voedselkwaliteit. Het agentschap heeft tot taak te waken over de veiligheid van de voedselketen en de kwaliteit van het voedsel met het doel de gezondheid van de consumenten, dieren en planten te beschermen. Overal ter wereld zijn er dergelijke agentschappen opgericht. De website van het FAVV biedt onder meer



De industriële vleesindustrie gaat niet altijd hand in hand met dierenwelzijn

Kiezen voor biologische, ambachtelijke en lokale kwaliteitsproducten is kiezen voor een gezonde, duurzame en bewuste levensstijl



informatie over productienormen en aankondigingen van gevaarlijke producten voor de consumenten. Voor Europese overkoepeling en degelijke wetenschappelijke studies over voeding kan je terecht op de website van de European Food Information Council (EUFIC).

Veranderen van levensstijl

Gezond eten, dat moet je leren. Opvoeding speelt een fundamentele rol in de manier waarop wij en onze kinderen en kleinkinderen tegen voeding en voedselkwaliteit aankijken. Initiatieven zoals lokale boerenmarkten, zelfplukvelden, stadstuinen en verpakingsvrije winkels, de veralgemening van biotechnologie en voedingsleer, principes als *raw food* en dergelijke meer zijn aanwijzingen dat de wereldburger van morgen niet alleen bewust en intelligent omgaat met de wereld, maar ook met zijn voeding.

Het komt erop aan om onze levensstijl te veranderen en gezonder, duurzamer en vooral kwalitatiever om te gaan met wat we eten en hoe we eten. Gezonde en duurzame voeding is helaas veel duurder dan industriële voeding, hoewel onder meer bij *slowfood* de vervoerskosten normaal niet of

minder invloed hebben op de eindprijs. Elke burger heeft een impact op de voedselketen, alleen al door zijn koop- en verbruiksgedrag aan te passen.

Binnen de industriële voeding bestaat er ook nog een discrepantie tussen de klassieke voedingsmiddelen en de lagekostenvoeding, vooral op het vlak van de samengestelde levensmiddelen. Leer aandachtig de voedingsetiketten lezen, bestudeer elk ingrediënt, ga na wat de voedingswaarde is en wat de gevolgen voor de gezondheid zijn. Het wereldwijde web biedt tal van websites waar je zoiets kan checken. Een topchef in Japan verkondigde in die zin dat bij voedsel "het duurste meestal het goedkoopste is". Hij bedoelt dat de meest verse vis - en dus ook de duurste - tegelijk de beste en gezondste is, wat op lange termijn dan weer kostenbesparend is. Investeer in kwaliteitseten, kwaliteitsingrediënten en zo investeer je onrechtstreeks in je gezondheid.

Je bent wat je eet

Voor veel ziekteverschijnselen bestaan er ook natuurlijke middelen die in meer of mindere mate kunnen helpen. Onderzoek

heeft aangetoond dat ginkgo biloba bijvoorbeeld kan helpen bij geheugenproblemen of koude handen en voeten. "Wortelen zijn goed voor de ogen", zei mijn oma. Blauwe bessen helpen om nieuwe hersencellen aan te maken (neurogenese). Matcha, groene thee uit Japan, is een krachtig antioxidant, net zoals kurkuma. Look is een natuurlijk antibioticum en bestrijdt talrijke kwaaltjes. Dat klinkt allemaal als middeltjes uit grootmoeders tijd, maar vaak bevatten ze een wetenschappelijke grond. Eerder dan meteen naar een siroop of pilletje te grijpen, zou je vaker moeten nagaan welke ingrediënten helpen bij welke kwalen. Niet ter vervanging van de geneeskunde of de farmacologie, maar wel als versterking ervan. Het boek *Antikanker. Een nieuwe levensstijl* van dr. David Servan-Schreiber is niet voor niets een bestseller en een aanrader voor iedereen die met de ziekte te maken heeft.

Als vrijzinnig humanist is het belangrijk om aandacht te hebben niet alleen voor hoe de wereld evolueert of hoe je eraan bijdraagt, maar ook en vooral voor hoe je aan jezelf werkt. Je bent wat je eet.

Om te delen:

de weg naar een duurzame samenleving



foto © Joke Goovaerts

De wereld draait door en één ding is duidelijk: zo kunnen we niet verder. We gebruiken plastic tassen, wegwerpcamera's en we kopen kleren die na één seizoen in de container belanden. Elk gezin stapelt zijn huis vol met voorwerpen en toestellen die het nauwelijks gebruikt. Consumptiegoederen zijn wegwerpproducten, en bedrijven maken producten met een beperkte levensduur. Het gevolg van die productielogica en van ons consumptiegedrag is gekend: klimaatopwarming, ontbossing, pollutie...

De groei van de deeleconomie is een duidelijk verzet tegen deze nefaste spiraal van consumptie. Aanhangers van de deeleconomie willen terug naar de essentie. Ze willen weten waar hun voedsel vandaan komt, en hoe en door wie het geproduceerd wordt. Ze willen geen schoenen dragen die door kinderhanden zijn gemaakt. Mensen willen duurzaam gaan leven en terug autonomie krijgen over hun eigen leven.

Joke Goovaerts

◀ Wereldwijd duiken kleine, lokale gemeenschappen van mensen op met eenzelfde passie: duurzaam leven

Volgens transitiedenker Michel Bauwens zal de nieuwe deeeconomie de traditionele, kapitalistische economie op termijn overnemen



Consuminderen

Consumeren kan dus niet meer zonder gewetensvragen. Denkers zoals Peter Singer, Slavoj Žižek, Jeremy Rifkin, Jan Rotmans, Immanuel Wallerstein en vele anderen zijn er al jaren mee bezig. We leven in een kantelperiode, een verandering van tijdperk, een transitie. Het is duidelijk: er leeft en beweegt iets van onderuit.

Maar hoe kunnen we de wereld redden? En hoe doe je dat, minder consumeren? Hier ook zien we door de bomen het bos niet meer. Overaanbod, dat is ongeveer het gevoel als je op zoek gaat naar informatie over duurzaamheid, minder consumeren of zoals het nu heet, *consuminderen*.

Daarom was het geen slecht idee om te gaan luisteren naar de lezing van Michel Bauwens in BOZAR in Brussel tijdens het Festival van de Gelijkheid. Hij studeerde in de woelige jaren zeventig politieke wetenschappen aan de Vrije Universiteit Brussel. Later bekleedde hij een kaderfunctie bij BP Nutrition en Belgacom. Nu woont hij in Thailand en heeft een denktank: de P2P Foundation.

De wereld redden

Michel Bauwens kan ons misschien vertellen hoe we de wereld kunnen redden, want hij staat op *The (En)Rich List* van het

Post Growth Institute. Het gaat om een lijst van honderd inspirerende individuen die de wereld de weg wijzen naar een meer welvarende en duurzame toekomst. En tussen Mahatma Gandhi, Vandana Shiva en Martin Luther King staat dus één Belg: Michel Bauwens.

Hij wordt in BOZAR aangekondigd als een 'goeroe' van de *peer-to-peer*-beweging, een transitiedenker en cyberfilosoof. Hij is bovendien de auteur van de internationale bestseller *De wereld redden. Met peer-to-peer naar een postkapitalistische samenleving* en is de drijvende kracht achter de *peer-to-peer*-economie of de zogenaamde deeeconomie.

Breuk met kapitalisme

Michel Bauwens kadert zijn lezing historisch en vertelt ons dat de grote metamorfoses in de samenleving altijd veranderingen van waardebevestigingen zijn. Maar hoe worden die waarden gecreëerd en hoe worden ze verdeeld? "Mijn these", zegt Michel Bauwens, "is dat er sprake is van een nieuwe waardenrevolutie, met nieuwe sociale krachten, nieuwe ondernemingen en productiekernen." Zij hebben een heel andere kijk op waarden en hoe ze verdeeld moeten worden. Een basisbegrip is de *commons*. Dit zijn gemeenschappelijke eigendommen van een leefgroep. Het kan bijvoorbeeld

gaan over een grondgebied dat hergebruikt en bewerkt kan worden, maar het kan ook gaan over culturele producten zoals kennis en informatie. *Peer-to-peer* heeft vroeger al bestaan, maar het kapitalisme heeft het afgebroken. Nu is het een nieuwe vorm van economie die breekt met het traditionele kapitalisme. Volgens Michel Bauwens is er een nieuwe maatschappij op komst en de deeeconomie is daar een fundamenteel onderdeel van.

Samenwerken, delen en ruilen

Mensen gaan op grote schaal kunnen samenwerken en complexe dingen maken. "In plaats van kennis te privatiseren, moeten we ze delen", aldus Bauwens. Dankzij het internet en de netwerktechnologieën komen we makkelijk met elkaar in contact en kunnen we ook beter samenwerken. We kunnen globale projecten uitwerken.

Een voorbeeld is Wikipedia. Die grote online-encyclopedie is ontstaan dankzij mensen die hun bijdrage leveren en daarbij niet aan winst denken. Elkeen draagt vanuit een bepaalde intrinsieke motivatie (iets willen bijleren, erkenning krijgen...) een stukje bij. Dat is de *contributie*. Het gaat om een digitale bundeling van kennis en met al hun bijdragen hebben vrijwilligers een enorme online-encyclopedie gecreëerd die voor iedereen openstaat. Men heeft gemeengoed -



Barbara Janssens, coördinator van Netwerk Bewust Verbruiken



Een groeiend sociaal en ecologisch bewustzijn brengt mensen ertoe om voorwerpen, maar ook kennis, ruimte en tijd te delen



de zogenaamde *commons* - gecreëerd, dat is het belangrijkste. Die aanpak creëert een nieuwe manier van denken.

Ook Wikispeed is zo'n initiatief. Het betreft een auto die vijfmaal minder benzine verbruikt dan commerciële wagens en die op drie à vier maanden tijd werd geconcipeerd door een veertigtal mensen in een achttal landen met een 3D-printer. Totaal niet te vergelijken met de klassieke auto-industrie. Er wordt duidelijk anders gedacht en duurzaam geproduceerd, rekening houdend met onder meer kostprijs en milieu.

Michel Bauwens heeft verder nog ideeën over de rol van de staat en hoe er effectief brood op de plank moet komen. De overheid zou een actieve partner moeten worden die van samenwerken en delen een eerlijk verdienmodel maakt voor iedereen.

Positieve toekomstvisie

De nieuwe deeleconomie zal de oude economie op termijn overnemen en niet omgekeerd. Michel Bauwens heeft een positieve toekomstvisie. Wat hij met de Peer-to-Peer Foundation probeert te doen, is deeleconomie-initiatieven documenteren en kenbaar maken, zodanig dat de explosie van mensen die nu creatief en lokaal werken, beseffen

dat ze deel uitmaken van een transitiebeweging. Een overgang naar een solidaire samenleving die niet meer vernietigend, maar opbouwend zal zijn.

Deeleconomie in praktijk

Michel Bauwens is inspirerend, beïnvloedt veel mensen en zet hen in beweging. Wereldwijd ontstaan er initiatieven zoals auto-delen, repaircafés, recyclingprojecten en crowdfunding. Kleine gemeenschappen van mensen met eenzelfde passie: duurzaam leven. Het is een beweging van onderuit die de komende jaren - volgens transitiedenkers en delers - nog enorm zal toenemen.

Wij gaan verder op zoek naar informatie en wensen de deeleconomie in de praktijk te zien. Hiervoor is Barbara Janssens van Netwerk Bewust Verbruiken de ideale contactpersoon. Ze is een doener. Ze deelt haar huis, tuin, auto en zoveel mogelijk andere spullen en diensten. Ze ligt aan de grondslag van talrijke initiatieven. Zoals veel mensen in haar omgeving organiseert ze zich in buurtgroepen en door technologische ontwikkelingen zoals apps kunnen initiatieven verder en snel uitgroeien. Volgens Barbara Janssens is het een groeiend sociaal en ecologisch bewustzijn dat mensen ertoe brengt om voorwerpen, maar ook kennis, ruimte en

tijd te delen. Toegang tot dingen is veel belangrijker dan het bezit ervan.

Deelfilosofie

Deeleconomie is een term die veel betekenissen heeft. Daarom spreekt Barbara Janssens liever over deelfilosofie of het "delen op zich". Bij de deeleconomie worden voorbeelden als Airbnb en Uber aangehaald, maar voor haar is dat niet het echte delen. Er worden wel spullen gedeeld, maar de eigendom en winst gaan naar een bedrijf. Het kapitaal gaat naar de bedenkers van de app of het concept. Uber en Airbnb zijn voorbeelden die door de pers worden opgepikt, terwijl er



Netwerk Bewust Verbruiken zet de voordelen van een eenvoudiger en duurzaam leven in de kijker #simplifylife

Bron: www.bewustverbruiken.be

Op Wielekes, een deelsysteem voor kinderfietsen, is een perfect voorbeeld van hoe delen echt werkt



foto © Joke Goovaerts

zoveel kleinschalige initiatieven zijn die bewijzen dat ze echt kunnen bijdragen aan een duurzame wereld. Bij het echte delen of de deelfilosofie gaat het meer om een coöperatief model, waarbij iedereen die inbrengt ook iets terugkrijgt. Lasten en lusten worden eerlijk verdeeld. En dat kan eventueel zelfs met een verdienmodel door aandelen te kopen en lid van een coöperatie te worden.

Een goede illustratie hiervan zijn de CSA-boerderijen (*community-supported agriculture*, of gemeenschapslandbouw). Je koopt aandelen voor een jaar en zo verzeker je de boer van een inkomen. De landbouwer kan investeren en jij kan delen in het succes of de opbrengst. De grond wordt als het ware eigendom van iedereen en het loon van de boer dient om economische activiteiten te ontwikkelen.

Op Wielekes

Op Wielekes, een deelsysteem voor kinderfietsen, is volgens Barbara Janssens een perfect voorbeeld van hoe delen echt werkt. Het initiatief is in 2014 gestart en voor een jaarabonnement van dertig euro kunnen kinderen van tweeënhalve tot twaalf jaar altijd gebruikmaken van fietsen. Er is een gemeenschappelijke pool waar je steeds kan ruilen. Zo gaan kinderen meer fietsen, want hun fiets blijft constant op maat en wordt

hersteld. Te kleine of te grote fietsen krijgen niet langer de kans om te verroesten. Het systeem werkt zeer laagdrempelig. In Ledeberg, waar het initiatief van start is gegaan, zijn er inmiddels honderdzestig fietsen en negentig abonnees. Het project werkt samen met scholengroepen en ook in andere steden en provincies krijgt het idee 'op wielekes' vorm.

De toekomst

Op de vraag hoe ze naar de deeleconomie of deelfilosofie in de toekomst kijkt, antwoordt Janssens dat elke verandering traag en gestaag verloopt en dat er veel spelers

nodig zijn. De consument moet bewuster nadenken over zijn consumptiegedrag en daardoor zal de industrie genoodzaakt worden om meer in te zetten op de ontwikkeling van kwalitatieve en duurzame producten. Ook de overheid is een belangrijke speler. Ze heeft de taak om mensen bewust te maken en mee te investeren in de zogenaamde circulaire of kringlooeconomie, waarbij afval voor de ene grondstof voor de andere wordt. Vandaag wordt tachtig procent van wat we produceren vaak maar één keer gebruikt en dan weggegooid. Tijd dus om na te denken, te delen en het roer om te gooien.

En zoals het in de deeleconomie past,

De opname van de lezing van Michel Bauwens tijdens het Festival van de Gelijkheid kan je online terugvinden via YouTube.

Meer info over deelinitiatieven in ons land vind je op www.bewustverbruiken.be, www.plan-c.eu/nl en www.csa-netwerk.be

Documentaires over het thema, zoals *De vloek van het elektronisch afval (The E-Waste Tragedy)*, *Examined Life* (met Peter Singer en Slavoj Žižek), *Tijdgenoten* met Immanuel Wallerstein, werden uitgezonden door Lichtpunt. Het archief van Lichtpunt kan geraadpleegd en bekeken worden bij het huisvandeMens Brussel (contact hans.vanrompaey@deMens.nu)

delen we onze informatie



Textiel maken is erg belastend voor het milieu en gebeurt nog al te vaak in ongezonde arbeidsomstandigheden

Van biokatoen tot homemade bruisballen: de kracht van de consument

Steeds meer kledingwinkels bieden kledij van biologisch katoen aan en beloven een eerlijk loon voor arbeiders en landbouwers.

Artisanale, maatschappelijk verantwoorde cosmetica winnen aan populariteit. Bewust consumeren is duidelijk een snelgroeende trend waar bedrijven gretig op inspelen. Het is jammer genoeg niet altijd duidelijk welke firma's ethisch en duurzaam ondernemen en handelen.

Maya Richard

Wat is er mis met de kleding die ik koop?

Afhankelijk van waar je je spullen koopt en de stof waarmee ze gemaakt zijn, kan dit gevolgen hebben voor de mens en het milieu. Het maken van textiel is erg belastend voor de natuur, onder meer door de chemicaliën die in het water belanden en het transport van de grondstoffen en afgewerkte kledij. Voor het telen van één kilo katoen is ongeveer tienduizend liter water nodig. Het ontginnen van dat water veroorzaakt watertekorten en tast de bodem aan. Niet alleen de ecologische impact is groot, maar ook de manier waarop en omstandigheden waarin de kleren worden gemaakt laten te wensen over. Bedrijven zijn verantwoorde-

lijk voor de context waarin de kleren worden geproduceerd. Verscheidene bedrijven beloven al jaren om de werksituatie van de loonwerkers te verbeteren, maar veel textielarbeiders werken nog steeds in onveilige en ongezonde condities. Ook kinderarbeid is nog niet uitgesloten. Er worden onder tusschen wel inspanningen gedaan om de problemen aan te pakken, maar het is een trage evolutie.

Wat is er mis met de cosmetica- en huishoudproducten die ik gebruik?

Vandaag heerst er bezorgdheid over de chemische ingrediënten die in veel van de verzorgingsproducten aanwezig zijn. Zo bevatten de meeste shampoos, was-

middelen, douchegels, crèmes en tandpasta's chemische stoffen. Lang werd gedacht dat die chemische bestanddelen onschadelijk zijn voor de mens, maar tegenwoordig twijfelt men hieraan. Ook bij de verbouwing van plantaardige grondstoffen worden chemicaliën gebruikt die schadelijk zijn voor het milieu, net zoals in de textielindustrie. Bovendien brengt een overvloed aan cosmetica- en huishoudproducten een berg afval met zich mee.

Kan ik daar dan (gemakkelijk) zelf iets aan veranderen?

De inhoud van je kleerkast en de producten in je huis vertellen een verhaal. Je keuzes hebben wel degelijk een impact en je kan

Met eenvoudige ingrediënten zoals zuiveringszout, azijn en citroen kan je makkelijk aan de slag om zelf cosmetica- en huishoudproducten te maken

Inspiratie en tips

- www.baking-soda.nl: toepassingen en recepten met baking soda.
- www.schonekleren.be: Schone Kleren Campagne.
- rankabrand.nl: website waar je de duurzaamheid van merken kan nagaan.
- www.peopletree.co.uk: People Tree, pionier in duurzame mode.

met een aantal simpele stappen duurzamer leven. Probeer om te beginnen alvast te *consuminderen*. Vooraleer je nieuwe kleding koopt, kan je best even je kast controleren om te weten wat je allemaal al hebt. Ga voor tijdloze mode met een hoge kwaliteit, ook wel eens *slow fashion* genoemd. Zo hoef je niet iedere maand te gaan winkelen. Ecologische organisaties raden aan om kleding van biologisch katoen of andere biostoffen, gemaakt zonder chemische bestrijdingsmiddelen, te kopen. Of je kan kleding vinden die gerecycleerd is. Hoewel het recyclageproces zelf veel energie kost, ligt de ecologische impact van gerecycleerde vezels lager dan die van nieuwe stoffen. *Vintage*, tweedehands, delen (*swapping*) of uitlenen zijn ook leuke oplossingen en erg voordelig. Bij verzorgings- en huishoudproducten kan je gaan voor natuurlijke producten afkomstig uit de biologische landbouw. Probeer steeds voor eerlijke handel of fairtradehandel te kiezen om op die manier ook sociaal verantwoord te consumeren.

Het is niet altijd eenvoudig om te weten welke koopwaren ethisch verantwoord zijn

en welke niet. Je kan kijken naar keurlabels om je wegwijs te maken. Tussen de wildgroei aan labels zijn er enkele die je zeker kan vertrouwen, zoals Ecocert, Natrue, Global Organic Textile Standard en Fairtrade Max Havelaar.

Homemade

Wil je absoluut zeker zijn van de samenstelling of oorsprong van je spullen, dan kan je natuurlijk ook zelf aan de slag gaan. Zelf kleding maken vraagt al enige vaardigheid, maar wat je wel kan doen is een bezoek brengen aan een repaircafé waar je schoenen of kleding kan laten herstellen. Persoonlijke verzorgingsproducten en ook huishoudproducten kan je zelf maken of

vervangen door simpele, goedkopere en natuurlijke alternatieven. Op het internet zijn er oneindig veel recepten beschikbaar. Zo kan je badbruisballen maken op basis van *baking soda* (natriumwaterstofcarbonaat of zuiveringszout), gebruik je kokosolie niet alleen in de keuken en kan je azijn - jawel, azijn! - als wasverzachter gebruiken.

De mogelijkheden om kleine aanpassingen in je levensstijl te introduceren zijn dus talrijk. Als consument hebben we een enorme politieke en economische kracht om veranderingen teweeg te brengen en kunnen we ervoor zorgen dat de industrie zich beter aanpast.

- **Ecocert**: geeft aan dat de productie op een milieuvriendelijke wijze is gebeurd.
 - **Natrue**: is een streng keurlabel voor cosmetica, wijst erop dat de producten uit biologische en natuurlijke ingrediënten bestaan.
 - **Global Organic Textile Standard (GOTS)**: is een label voor kleding gemaakt uit biotextiel.
 - **Fairtrade Max Havelaar**: garandeert een eerlijk loon en goede arbeidsomstandigheden.
- Een overzicht van alle belangrijke keurmerken voor alle soorten consumptiegoederen vind je op www.labelinfo.be

Betrouwbare keurlabels

‘Ethiektronische’ apparaten



Hoe komt het dat mijn blender, hoewel liefdevol behandeld, het toch al na twee jaar begeeft? Bovendien eindigde onze relatie in het containerpark, want herstellen bleek niet mogelijk te zijn. Ook andere toestellen lijken een steeds minder lange levensduur te hebben, ongeacht het merk of de prijs. Tevens dient de vraag gesteld te worden van welke materialen en grondstoffen die elektroapparaten precies zijn gemaakt. Een korte schets van oorzaken en gevolgen van een louter winstgericht productieproces.

Uit onderzoek van consumentenorganisaties blijkt dat de beperkte levensduur van elektroapparaten in sommige gevallen bewust wordt ingebouwd

Ellen Vandevijvere

Massaproductie

Aan het begin van de twintigste eeuw populariseerde de Amerikaanse industrieel Henry Ford de massaproductie en maakte het bezitten van een wagen op die manier bereikbaar voor de gewone mens. Ford liet de auto-onderdelen verplaatsen op een lopende band, waarbij de arbeiders elk één bepaalde taak van de assemblage uitvoerden. Massaproductie op zich is een dure investering. Maar door het product in grote

volumes aan te maken en vooral te verkopen, is het resultaat winstgevend. Die vorm van productie gebeurt vandaag voornamelijk in Azië omdat arbeid daar goedkoper is, waardoor het hele productieproces nog goedkoper wordt. Maar ook schimmiger. Kinderarbeid, lange werkuren, quasi geen rechten, of werken in erg ongezonde omstandigheden zijn geen uitzonderingen.

Om kosten en tijd nog meer te drukken, is het

gebruik van minderwaardige materialen exponentieel toegenomen. Zo zal een inox onderdeel in een dertig jaar oude wasmachine vandaag vervangen zijn door pvc. Die minderwaardige materialen tasten de levensduur van apparaten in ernstige mate aan. Erger nog: de beperkte levensduur wordt in sommige gevallen opzettelijk door de producent ingebouwd, om toch maar sneller een nieuw product te verkopen en dus meer winst te maken.

Fairphone is 's werelds eerlijkste smartphone, met onder meer grondstoffen uit conflictvrije gebieden en onderdelen die apart inwisselbaar zijn

© Fairphone



Beperkte levensduur

Sneller aankopen betekent meer consumeren, wat dan weer vragen oproept bij de ethische impact. De consumentenorganisatie Test-Aankoop heeft recent een doorgedreven onderzoek uitgevoerd naar de mate waarin die 'ingebouwde veroudering' in wasmachines is terug te vinden. De resultaten zijn onthutsend. Volgens een Duitse studie is het vervangen van een wasmachine pas ecologisch verantwoord na twintig jaar. Geen enkele van de vierentwintig geteste machines ging zo lang mee. De onderzoeksresultaten kregen een politiek staartje en de Federale Overheidsdienst Economie zou werk maken van een meldpunt. Test-Aankoop zal een meer gespecialiseerd meldpunt installeren en hoopt een beter beeld te krijgen van welke toestellen getest moeten worden op ingebouwde veroudering. Zoals misschien bij mijn blender het geval was.

Ook Apple heeft onlangs bekend dat iPhones verondersteld worden slechts drie jaar mee te gaan. Daarna is er geen mogelijkheid meer om updates uit te voeren. Smartphones van andere merken zijn evenwel in hetzelfde bedje ziek. Bedrijven integreren de onderdelen van hun producten steeds vaker in een groter geheel. Bij een defect ben je dan verplicht het onderdeel tegen hoge kosten te laten vervangen, of blijkt het toestel zelfs onherstelbaar. Je wordt voortdurend aangespoord om nieuwe dingen te kopen. De niet aflatende stroom aan reclame helpt er

duchtig aan mee om je het gevoel te geven dat je mee moet zijn met de mode. En dat je dus opnieuw moet kopen.

'Mijnen' smartphone uit de mijnen

Ook de herkomst van de onderdelen geeft stof tot nadenken. Hoe ethisch is de smartphone die je dagelijks in handen hebt? De batterij van je telefoon, maar ook die van je auto bevat kobalt, een zilverkleurig metaal. Dat metaal wordt in meer dan de helft van de gevallen ontgonnen in Congolese mijnen, waar kinderen frequent worden ingezet om het kobalt in levensgevaarlijke omstandigheden in smalle tunnels te delven. Vaak kennen grote merken er niet eens de details van, omdat zij de lange keten vanaf de kobaltleverancier amper controleren. Meer transparantie is hier absoluut noodzakelijk, en meer druk van de bedrijven op hun leveranciers om hen te verplichten hun werkwijze openbaar te maken en zelfs bij te sturen.

Niet alleen bedrijven, maar ook consumenten kunnen die druk behoorlijk opvoeren. Uiteindelijk maakt elk bedrijf winst dankzij jou als consument. Ondernemingen houden het consumentengedrag nauwlettend in de gaten en zullen zich er naar gedragen. Er bestaan intussen al tal van labels die bedrijven hanteren om jou te overtuigen van hun ethische inslag. Zo is er het gekende Europese energie-efficiëntielabel waarbij je ziet hoe zuinig of niet je huishoudelijke apparaten omgaan met elektriciteit (van A

tot G). Andere labels zijn Energy Star (energiezuinigheid toestellen en pc's), Epeat (milieucriteria computers en beeldschermen), het Groene Punt (bijdrage aan recycling verpakkingsmateriaal), Möbius (verpakking van gerecycleerd materiaal), TCO Certified (milieuvriendelijke en sociale criteria voor IT-materiaal) en UTZ Certified (arbeidsomstandigheden en impact op leefmilieu).

Een nieuwe beweging

Wil je een nieuwe smartphone aanschaffen, dan kan je bijvoorbeeld eens een kijkje nemen bij het Amsterdamse merk Fairphone. Dat biedt een moderne smartphone aan met als uitgangspunt een zo eerlijk mogelijk product met een zo lang mogelijke levensduur. Onder meer door de onderdelen apart inwisselbaar te maken, in plaats van je te verplichten al te gauw een nieuwe smartphone te kopen.

Er is nog veel werk aan de winkel om mensen echt bewust te maken van de impact die ze kunnen uitoefenen door bepaalde producten al dan niet te kopen. Maar de eerste stappen zijn gezet, en dat beseffen de bedrijven maar al te goed. Het is aan eenieder om zich niet als die ene druppel op een hete plaat te beschouwen, maar wel als de laatste druppel die de emmer doet overlopen en een nieuwe beweging in gang zet. Intussen staat het plekje van mijn blender al twee jaar leeg. De staafmixer doet ook perfect dienst.

Vaak volstaan kleine aanpassingen aan je dagelijkse levensstijl al om ethischer en ecologischer te gaan leven

Enkele tips om energie te besparen op het werk: thermostaat een graadje lager, koffie in een thermoskan, 's middags gelijktijdig koken, apparaten uitschakelen na sluitingstijd...



Dikke trui en thermoskan

In een periode dat de verwarming nog aanstaat en het lekker knus en warm is als we 's morgens aankomen, wordt de eerste taak om op energie te besparen. De thermostaat gaat overdag een graadje naar beneden en er wordt een nachtperiode ingevoerd. Vanaf vijf uur 's avonds wordt de norm vijftien graden en pas om acht uur 's ochtends wordt opnieuw twintig graden geprogrammeerd. Als ik een collega met een dikke trui zie passeren, vrees is dat de dagtemperatuur wat te laag is, maar er wordt niet geklaagd. Ons energieverbruik, toch wat de verwarming betreft, is dus al in orde. Gewoon beginnen met onszelf een pluim te geven. Dat geeft de burger moed.

Maar het plan is en blijft, wat kan beter? 's Morgens kom ik als eerste aan in ons huis. Dan maak ik koffie. De koffiemachine blijft normaal aan tot het laatste kopje wordt geschonken. De eerste stap naar minder en bewuster verbruik is gevonden. Het koffiezetapparaat gaat na het doorlopen uit en de thermoskan wordt gevuld. We gaan zelfs zo ver dat we de agenda erbij nemen en koffie (bij)zetten naargelang het aantal klanten.

Lekkere soep

Ons huis deed vroeger dienst als woonhuis. We hebben dan ook een goed uitgeruste keuken, waar we dankbaar gebruik van maken. In plaats van zowel de kookplaten als ook nog eens de oven te gebruiken, spreken we voortaan af welk toestel we zullen bezigen. Met zijn allen zijn we zeer grote verkwisters wat voeding betreft. We eten niet graag twee dagen na elkaar hetzelfde. Dat wordt dan in de koelkast gelegd om na enkele dagen, wanneer het er toch wat minder vers uitziet, bij het afval te belanden. Van enkele groenteoverschotjes kan je bijvoorbeeld een lekker soepje maken. Hetzelfde geldt voor fruit: snij wat er in de fruitschaal dreigt over te blijven in stukjes en maak er met melk of yoghurt een drankje van. Gezond en kostenbesparend!

Van groenafval tot kruidentuin

Met twee warenhuizen als directe burens kunnen we dagdagelijks onze inkopen voor de lunch doen. Lekker en handig. We eten graag gezond en groenten staan dus iedere dag op het menu. Maar die groenten moeten ook gekuist en versneden worden. Daar waar het afval vroeger in de gewone vuil-

nisemmer belandde, gaan we vanaf nu alle groenteafval in de groencontainer gooien. Die container is niet eens een meerkost. We gebruikten die al bij het onderhoud van de tuin (voor het gras en snoeiafval) en daar komen nu dus de etensresten bij. Zelfs de koffiefilter kunnen we erin kwijt. Het levert ons alvast het voordeel op dat we de vuilniszak niet meer wekelijks moeten buitensetten. In een warmere periode zorgt het er zelfs voor dat we geen reukhinder meer hebben. Want hoe je ook je best doet, bij warm weer gaat een overvolle vuilnisemmer nu eenmaal een onaangenaam geurtje verspreiden.

We hebben ook een eigen compostbak, maar die zit momenteel vol. Met (een deel) van de teelaarde die we daaruit recupereren, zouden we graag onze eigen groenten kweken. Voorlopig blijft de opbrengst van onze groene vingers beperkt tot een kruidentuintje. Tijm, oregano, rozemarijn, basilicum en bieslook van eigen kweek, het smaakt dubbel zo goed. Of ben ik nu wat bevooroordeeld? Daarnaast staan er al twee jaar enkele fruitstruiken en dit jaar werden een appel- laar, perelaar en kersenboom geplant. Als



Afval beperken is niet alleen een kwestie van sorteren, maar ook van: etensrestjes herwerken, groenafval composteren, drankblikjes en petflessen pletten, onverpakte groenten en fruit kopen...

je toch aanplantingen doet, kan je net zo goed iets poten dat nog wat oplevert, is de redenering. Bij de huiseigenaar werd subtiel gepolst naar een kleine serre, maar dat was nét een stapje te ver. Ook het idee van een kippenren vond geen ingang. Nochtans zouden die beestjes ervoor zorgen dat onze groencontainer minder snel vol raakt, wat op zich ook al een besparing zou zijn. En het zou ons dagelijks een vers eitje of twee opleveren.

Te veel verpakkingen

Naast het afval waar we wel weg mee kunnen, althans dat herbruikbaar is, proberen we ook het andere afval te beperken. Want alles is tegenwoordig zo goed verpakt. Een buitenverpakking en nog een cellofaanwikkel binnenin. Grotendeels om hygiënische redenen, natuurlijk. Dus spreken we af om zo weinig mogelijk voorverpakte groenten of fruit te kopen als er een los alternatief voorhanden is. Maar die losse producten blijken bij aankoop toch weer in een plastic zakje te moeten. Los aan de kassa lukt niet. De

strengere, doordringende blik van de kassière leert me dat het zakje moet. Als ik de losse appels en sinaasappels op de band zie bewegen, kan ik er ergens ook wel begrip voor opbrengen. De positivo's onder ons gebruiken de verpakking nog een tweede - en als het even kan en de toestand het toelaat zelfs een derde - keer.

Maar er zijn natuurlijk ook een aantal zaken waarvan we niet goed weten of we bij onze huidige keuze moeten blijven, of toch veranderen. Water en frisdranken kopen we nu aan in petflessen of in blik. Wanneer we ons informeren, blijkt al gauw dat naargelang de bron die we raadplegen de meningen nogal uiteenlopen. Maar - en dat even geheel terzijde - dat is het geval voor heel wat aspecten van het ecologisch proces. Petflessen worden hergebruikt om andere voorwerpen, bijvoorbeeld lantaarnpalen, van te maken en drankblikken worden gewoon voor hetzelfde doel gerecycleerd. De producenten spelen handig in op die recycling, want het gewicht van blikjes is de

laatste jaren gedaald. Drankblikjes wegen de helft minder dan een aantal jaren geleden, het gewicht van conservenblikjes is met een derde verminderd. Dat verlaagt de productiekosten én er zijn minder grondstoffen nodig. Metaal heeft ook het voordeel dat het volledig afgesloten kan worden. Glazen flessen kunnen dat niet. Daarenboven is metaal ondoorzichtig, wat de houdbaarheid van het product aanzienlijk verhoogt. Een blikje mag je ook laten vallen, buiten een deukje zal je er niet veel van merken. Glas daarentegen doorstaat die proef meestal niet en levert dus ook een potentieel gevaar voor de omgeving op. We proberen alvast om zo weinig mogelijk gebruik te moeten maken van de ophaaldienst. Blikjes worden zo veel mogelijk geplet en de petflessen worden zeer doeltreffend in elkaar gedrukt.

Afwasser van dienst

Ook de vaat levert, naargelang de bron die we raadplegen, voer voor discussie. Afwassen met de hand zou soms duurder zijn en meer energie verbruiken dan de vaatwas-

ser. We opteren ervoor om de vaatwasser toch als afwasser van dienst te behouden, maar echt vuile borden krijgen wel een kort spoelbeurtje. De vaatwastabletten die we gebruiken zijn wel milieuvriendelijk. Het water gebruikt voor de vaatwasser, toiletten en douche is afkomstig van een boorput. Niet zelf voor moeten zorgen, toegegeven, maar het scheelt een behoorlijke slok - en die mag je echt letterlijk nemen - op het waterverbruik. Verder hebben we ervoor gezorgd dat als de laatste om vijf uur de deur sluit, er geen enkel apparaat nog aanstaat. Zelfs niet in slaapstand.

Na de fiets onder de douche

Wat de eigenlijke tips voor het huis betreft, zijn we rond. Maar we kunnen ook verder kijken en nagaan of we het milieu elders wat meer kunnen sparen. Diksmuide is echt veraf en het openbaar vervoer is er op zijn zachtst uitgedrukt niet erg uitgebreid. Een trein om het uur, maar De Lijn maakt er een punt van om bijna in iedere straat op het traject van mijn huis naar de werkplek een

halte te installeren. Roeselare - Diksmuide is een goede twintig kilometer. Over dat traject doe je gerust een uur. Voor mij toch wat van het goede te veel. Al leg ik mezelf de verplichting op om voortaan af en toe de fiets in te schakelen.

Van de fiets naar de douche is slechts een kleine stap. In plaats van douchegel gebruik ik opnieuw een stuk zeep. Het gaat langer mee, wat ook al een klein profijtje oplevert in mijn portemonnee. Voor een stuk zeep heb je bijna geen verpakking nodig. Een papiertje is voldoende, veel beter toch dan de douchegel met zijn plastic verpakking. Een verpakking die meestal dan nog amper voor de helft is gevuld. Kwestie van de klant het gevoel te geven dat hij veel product heeft.

Vlees? Nee, dank u

Waar ik zeker nog eens wil op terugkeren is de voeding. Via een vorige werkgever was ik zeer nauw betrokken bij het kweken van vlees voor consumptie. Ik kan begrijpen dat iedereen graag een stukje vlees op zijn

bord wil. Geen enkel probleem, je hebt de vrije keuze. Alleen deze bemerking: vergeet het beeld van dieren die los in de wei staan en langzaam gevoed worden om, eens de tijd daar rijp voor is, geslacht te worden. De hedendaagse realiteit is dat kippen en varkens nooit de buitenlucht zien. Alleen tijdens de verplaatsing naar het slachthuis krijgen ze even verse lucht. Vleeskippen halen amper honderd dagen. Het brengt ook een enorme overlast inzake mest met zich mee. Bij de runderen worden de rassen zo gekweekt dat de consument op zijn wenken wordt bediend. Het overtuigde mij er alvast van om af te zien van mijn stukje vlees en vegetariër te worden.

Tot daar onze testweek op kantoor, die uiteraard eenvoudig naar de thuisomgeving is uit te breiden. Hopelijk biedt het experiment genoeg inspiratie en tips om over te nemen. En wie weet, zelfs veel beter toe te passen dan wij hebben gedaan of doen. Als we er maar voor zorgen dat onze zware voetafdruk op het milieu wat lichter wordt.

Verspilling van voedsel tegengaan is eenvoudig: van groenterestjes maak je soep en fruitoverschotjes verwerk je in een melk- of yoghurtdrink



Reclamewijs opvoeden



Het is niet nodig om kinderen af te schermen van reclame, maar maak hen wel duidelijk wat reclame is en waarvoor ze eigenlijk dient

De jongste wil een zakje K3-chips, en als haar ouders eindelijk zwichten, dan wil de oudste een smartphone van Samsung. Het is niet zo dat ik die merken aanprijs, maar blijkbaar zijn mijn kinderen er wel door aangetrokken. Ik vraag me af hoe dat precies werkt. Bij AdLit, een onderzoeksproject rond reclamewijsheid bij minderjarigen, vind ik een antwoord.

Lieve Goemaere

De vele gezichten van reclame

Had je vroeger Sunlight, dan heb je nu allereerste soorten zeep, harde of vloeibare, en douchegel, en douchecrème, en douchegel en bodylotion in één... Er is steeds meer te koop, en voor al die producten wordt steeds meer reclame gemaakt. Die reclame dringt op soms sluwe wijze ons dagelijks leven binnen. *Celebrity endorsement* is een veelgebruikte manier: een beroemdheid prijst een product aan in de hoop dat we allemaal zijn of haar voorbeeld volgen. We weten ondertussen allemaal

welk koffiemerk George Clooney verkiest. Een andere tactiek is *product placement*. Kijk maar naar *Mijn pop-uprestaurant!* op VTM: de partners - lees: de sponsors - van het programma komen uitgebreid en nadrukkelijk in beeld. Reclame wordt ook gepersonaliseerd. Wie online een paar rode sportschoenen zoekt, stelt vast dat hem weldra ook andere rode schoenen om de oren vliegen, net als sportschoenen van allerlei merken, bijpassende loopbroeken, en had je eigenlijk al een hartslagmeter?

De westerse mens wordt constant gebombardeerd met reclameboodschappen, al dan niet als dusdanig verpakt en herkenbaar. Ook voor kinderen is er geen ontkomen aan, en zeker voor hen is het ingewikkeld om reclame te onderscheiden van media-inhoud. Een achtjarige begint te begrijpen wat de bedoeling is van een traditionele dertigsecondenspot. Maar wat met die minder expliciete vormen van reclame? Moeten we onze kinderen hiervan afschermen?

Laat kinderen nadenken over reclame, zodat ze zich kunnen ontwikkelen tot kritische consumenten



Informeren, maar ook verleiden

Ralf De Wolf, coördinator van het AdLit-project, licht toe: “Wij zijn niet tegen reclame, integendeel. Reclame is er om mensen te informeren, helpt hen om keuzes te maken en kan echt leuk zijn. Maar het is wel belangrijk dat kinderen weten wat reclame is, en wat niet. We willen dat ze beseffen dat het ultieme doel van reclame nog altijd het verkopen van producten is. Neem nu een *advergame*. Je speelt online een spel waaraan je veel plezier beleeft. Geen enkel probleem zolang je maar beseft dat het spel gemaakt is door een adverteerder, die in de eerste plaats wil dat jij zin krijgt in zijn product. We willen kinderen en jongeren over dergelijke zaken laten nadenken, zodat ze er zelf een oordeel over kunnen vormen.”

“Ander voorbeeld: er wordt persoonlijke informatie bijgehouden via bepaalde sociale media, en die wordt gebruikt om je gerichte reclame te sturen. Misschien vind je dat niet erg. Dat kan, en dat is oké. We vinden het vooral belangrijk dat je hiervan op de hoogte bent. Wie dit niet zo leuk vindt, kan de settings op Facebook en Twitter aanpassen. Let wel, niet alle opties

zijn beschikbaar. Zo kan je advertenties op Facebook nooit volledig uitschakelen. Maar alleen wie voldoende geïnformeerd is, kan bewust beslissingen nemen.”

Het belang van bewustmaking

“We zitten nu halverwege ons vierjarig onderzoeksproject, dus het is nog wachten op heel wat resultaten. Ik heb wel al één tip voor ouders: bespreek het thema reclame met je kinderen. Verwacht niet dat zij zomaar weten wat reclame is. Zeker de nieuwe reclametechnieken worden niet gemakkelijk herkend. Laat hen hierover nadenken, zodat ze zich kunnen ontwikkelen als volwaardige en kritische consumenten. Want het gaat niet alleen om de reclame op zich natuur-

lijk. Het gaat ook over de vraag hoe we ons door reclame laten beïnvloeden, of we een bepaald merk nodig hebben om ons goed te voelen, over materialisme en ons zelfbeeld. Het is goed dat kinderen beseffen dat men hen probeert te overtuigen, en op welke manier men dat doet - en wat zij daar eigenlijk van vinden. En hoe kan je dit beter doen dan samen met je kinderen tv te kijken of samen online te gaan? Wijs hen op de banners die ze overal zien verschijnen. Leg hen uit dat het spel dat ze spelen ook reclame is. Vertel hen over de sporen die ze op de sociale media nalaten. Onze kinderen groeien op in een wereld waar reclame alomtegenwoordig is. Als ouders kunnen we hen leren hier bewust mee om te gaan.”

AdLit, ofwel *advertising literacy* of reclamewijsheid, verwijst naar alle kennis en vaardigheden die nodig zijn om reclame kritisch te kunnen verwerken. Dit grootschalige onderzoeksproject, gefinancierd door het Agentschap Innoveren en Ondernemen van de Vlaamse overheid, wil kinderen en jongeren bewust leren omgaan met reclame, zodat ze opgroeien tot geïnformeerde en kritische consumenten. Negentien onderzoekers van vier Vlaamse universiteiten werken hiervoor samen met beleidsmakers, maatschappelijke actoren en belanghebbenden uit het onderwijs en de reclame- en media-industrie. Op de website www.adlit.be vind je onder andere een onlinespel waarin kinderen hun reclamewijsheid kunnen testen.

Wat is reclamewijsheid?

