



## KOOPGEDRAG

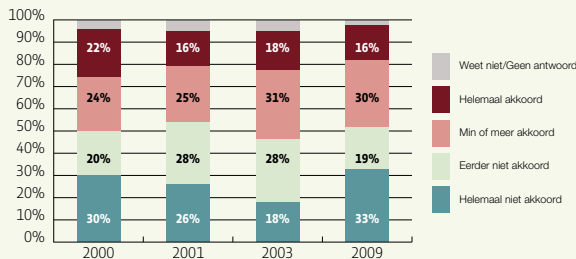
Volgens de enquêtes die sinds 2000 worden uitgevoerd bij een steekproef van consumenten (die representatief is voor de verdeling van de Brusselse bevolking volgens leeftijd, geslacht en aantal inwoners van elk van de 19 gemeenten), is iets meer dan de helft van alle Brusselse consumenten zich bewust van de milieu-impact van het koopgedrag. Dit aandeel, dat relatief laag ligt, gelet op het resultaat van de onder-

staande gedetailleerde studie, lijkt constant te zijn in de tijd, maar het aandeel van de consumenten dat volledig overtuigd is, was toch hoger in 2009.

Meer dan de helft van de ondervraagde consumenten meent echter dat “ecologische” producten moeilijk te herkennen zijn... Dit aandeel vermindert evenwel geleidelijk sinds 2000.

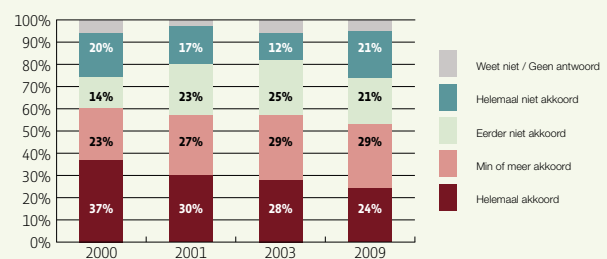
### Antwoorden op de bewering : mijn aankoopgedrag heeft weinig invloed op het leefmilieu

BRONNEN : ENQUÊTES OVER HET ECOGEDRAG IN 2000, 2001, 2003 EN BAROMETER INZAKE DE REDUCTIE VAN HET AFVAL IN 2009



### Antwoorden op de bewering : de « milieuvriendelijke » producten zijn moeilijk te herkennen

BRONNEN : ENQUÊTES OVER HET ECOGEDRAG IN 2000, 2001, 2003 EN BAROMETER INZAKE DE REDUCTIE VAN HET AFVAL IN 2009



## IMPACT VAN ONS KOOPGEDRAG OP DE HUISHOUDELIJKE VERPAKKINGEN

In oktober en november 2007 werden in 3 supermarkten van verschillende ketens boodschappen gedaan, met behulp van hetzelfde boodschappenlijstje. Op dit lijstje stond een beperkt aantal producten voor dagelijks gebruik (lijst opgesteld op basis van de consumptiecijfers in België), voor één week, voor een gezin van 1

persoon en een gezin van 4 personen. De aankopen werden uitgevoerd met als criterium “minimale hoeveelheid afval” of “maximale hoeveelheid afval”, waarbij een vooraf bepaalde methode werd gevolgd die ook rekening houdt met de mogelijkheid van recyclage van verpakkingen (in Brussel).

### Balans van de afval van de boodschappenkorven

BRON : BRUSSELS OBSERVATORIUM VOOR DUURZAME CONSUMPTIE, 2008, STUDIE GEREALISEERD VOOR LEEFMILIEU BRUSSEL

Kenmerken van de boodschappenkorf	Gewicht van de verpakkingen voor de op 1 week verbruikte hoeveelheden (g)	Gewicht van de niet-recyclebare fractie van deze verpakkingen (g)	Prijs van de boodschappenkorf (hoeveelheden die op 1 week verbruikt worden) (€)
1 persoon – “minimum afval”	133,2	46,0	17,9
1 persoon – “minimum niet-recyclebaar afval”	381,0	29,3	20,6
1 persoon – “maximum afval”	1 057,7	325,9	30,7
1 persoon – “maximum niet-recyclebaar afval “	986,1	335,3	33,6
4 personen – “minimum afval”	359,0	130,9	62,1
4 personen – “minimum niet-recyclebaar afval “	617,8	68,5	59,6
4 personen – “maximum afval”	3 862,7	1 029,5	107,2
4 personen – “maximum niet-recyclebaar afval “	3 635,1	1 114,8	110,7

Conclusies: voor eenzelfde boodschappenlijstje kan de consument, door weloverwogen keuzes te maken, de hoeveelheid verpakkingafval verminderen met een factor 7,9 tot 10,7, of de niet-recyclebare fractie van het geproduceerde afval met een factor

11,4 tot 16,2 (gezin van respectievelijk 1 of 4 personen)... en er financieel voordeel bij doen (gemiddelde besparing van 40 tot 45% door minder “oververpakte” producten te kiezen).