

Bevordering recycling belangrijk onderdeel van strategie duurzamer textiel



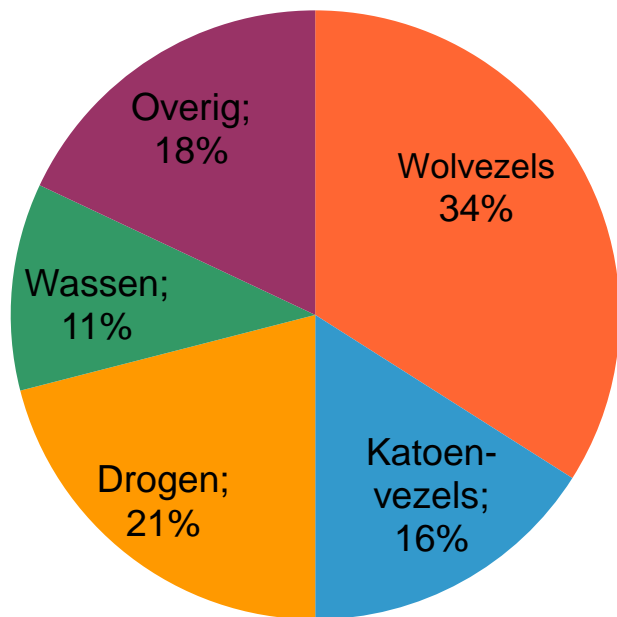


Productie en gebruik van textiel vormen een behoorlijke belasting van het milieu

Grootste belasting wordt veroorzaakt door:

- Landgebruik en broeikasemissies tijdens de productie (vooral bij wol- en katoenproductie)
- Pesticidenprobleem in katoenteelt is nog niet helder
- Energiegebruik bij onderhoud van textiel (wassen en drogen)

Milieu Impact



Bron: CE Delft, 2010

30% reductie van milieu-impact mogelijk

Combinatie van maatregelen bij producten en consumenten

- energiebesparing en/of vergroening in de voorketen
 - verschuiving van wol en katoen naar andere vezels (zowel aanbod en vraag)
 - zuiniger wassen en drogen
 - meer hergebruik en recycling in de afvalfase
- **MilieuCentraal: consumententips milieuvriendelijker kleding**
 - Koop het liefst kleding met een milieukeurmerk; zeker voor katoen is biologisch beter voor het milieu.
 - Een sjiem feest of kinderfeestje? Huur een outfit in plaats van te kopen!
 - Kies vaker tweedehands kleding, of kleding gemaakt van gerecycled materiaal.
 - Koop liever weinig kwaliteitskleding die u vaak draagt, dan veel goedkope kleren die u snel weer weggooit.
 - Gooi afgedankte kleren in een kledingcontainer, of verkoop ze op de tweedehands markt.
 - Was uw kleren volgens het voorschrift, dan blijven ze langer mooi. Zie voor slimme tips over wassen: Wasmachine.



Succes van reductie milieu-impact is voor een groot deel in handen van de consument

Gedrag bestaat uit onbewust gewoontegedrag en bewust investeringsgedrag.

■ Gewoontegedrag

- vaak onbewust: witte was altijd op 60 graden, de bonte op 40 en de fijne was op 30. Men denkt daar verder niet bij na, terwijl op lagere temperaturen wassen vaak net zo goed werkt. Wantrouwen tegen kleinere flesjes. Veel routinegedrag moet doorbroken worden.

■ Investeringsgedrag

- aanschaf van een wasmachine of wasdroger is vaak wel bewust. Men denkt er over na en weegt voor- en nadelen tegen elkaar af.

Overheid en bedrijven kunnen een rol spelen bij gedragsverandering in de gewenste richting:

- Beïnvloeden van gewoontegedrag: het bewust maken van onbewust gedrag (zoals de campagne 'Tikkie Terug' van Proctor en Gamble en innovatieve wasmiddelen van Unilever).
- Gemakkelijk toegankelijk maken van informatie over het energieverbruik van een apparaat.

Energie

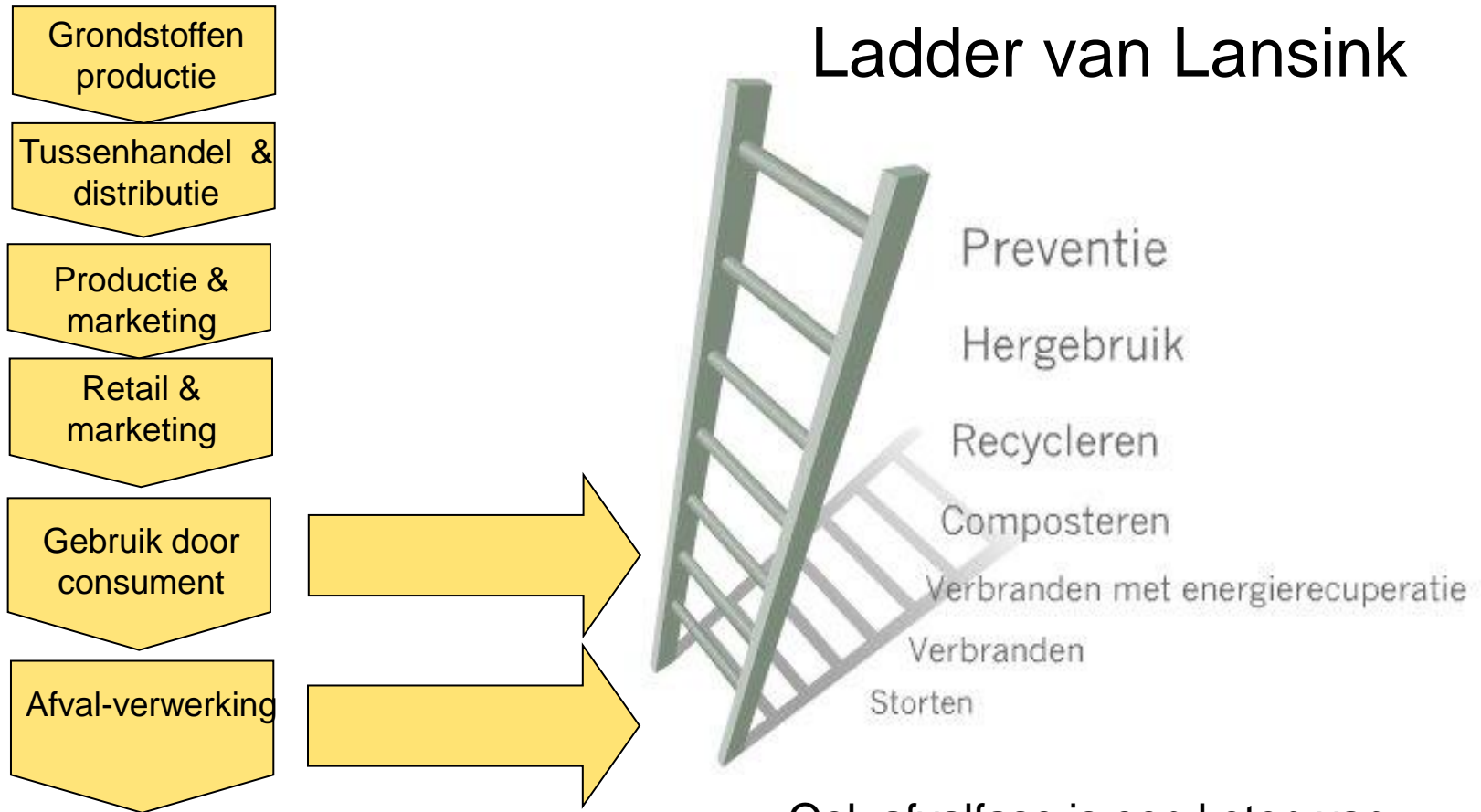
Zuinig



Onzuinig



Vraag aan commerciële keten: *hoe kunnen we samenwerken aan gedragsverandering om onze hele keten duurzamer te maken?*



Ook afvalfase is een keten van partijen met belangentegenstellingen

Kansen voor groei van recycle-gedrag

2



Hoe vergroten we het aandeel gerecycled textiel?

Hoewel veel afval in Nederland wordt hergebruikt, blijft de textielinzameling achter. Slechts een derde van het oud textiel wordt gerecycled.

Naar aanleiding van deze constatering heeft TNS NIPO, in opdracht van Milieu Centraal, dit onderzoek uitgevoerd. De hoofdvraag van dit onderzoek is:

“Hoe zetten we consumenten aan tot het meer gescheiden inzamelen van afgedankt textiel.”

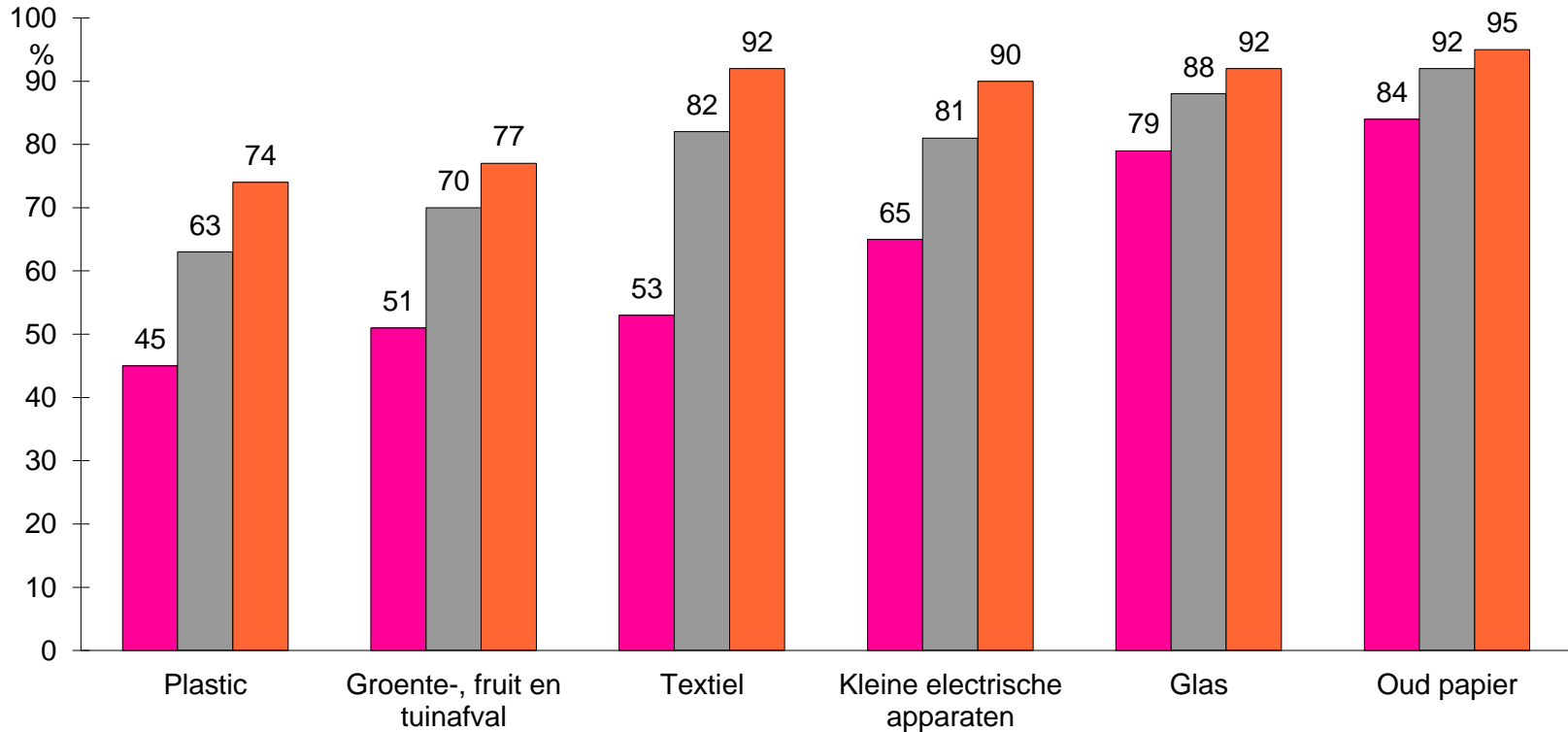
De onderzoeksvraag valt uiteen in een aantal deelvragen:

- Wat is het algemene beeld omtrent gescheiden textielinzameling?
- Zijn er verschillen in kennis, houding en gedrag tussen consumenten die wel en niet aan gescheiden textielinzameling doen?
- Kennis: weten consumenten voor welke soorten textiel de kledingcontainer bedoeld is?
- Wat zijn motieven om textiel gescheiden in te leveren of om textiel juist bij het restafval te gooien?
- Hoe kijken consumenten aan tegen de verschillende bewaar- en inzamelvoorzieningen? Zijn deze laag- of juist drempelig?

Recyclen is onderdeel van een levenshouding

Mensen die aan één vorm van recycling doen, doen vaak ook aan andere vormen en vice versa. Vooral duidelijk bij de minder recyclede materialen als plastic en kleine elektrische apparaten.

Belangrijk is ook of er een gemeentelijke afvalstoffenheffing is. Waar Diftar gehanteerd wordt, wordt circa 10-20% meer gescheiden ingezameld.



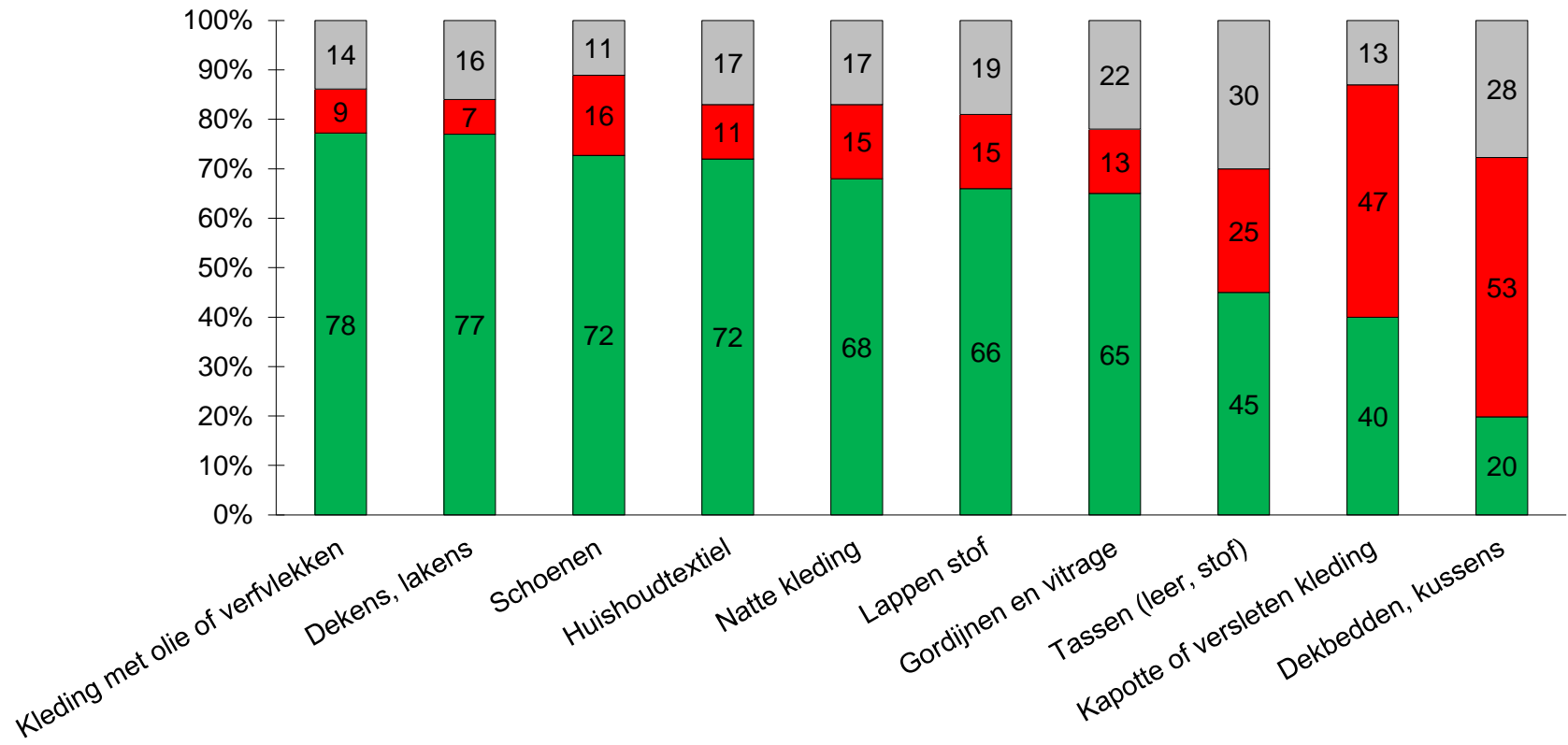
■ Levert weinig oud textiel in

■ Levert gedeeltelijk oud textiel in

■ Levert al het oud textiel in

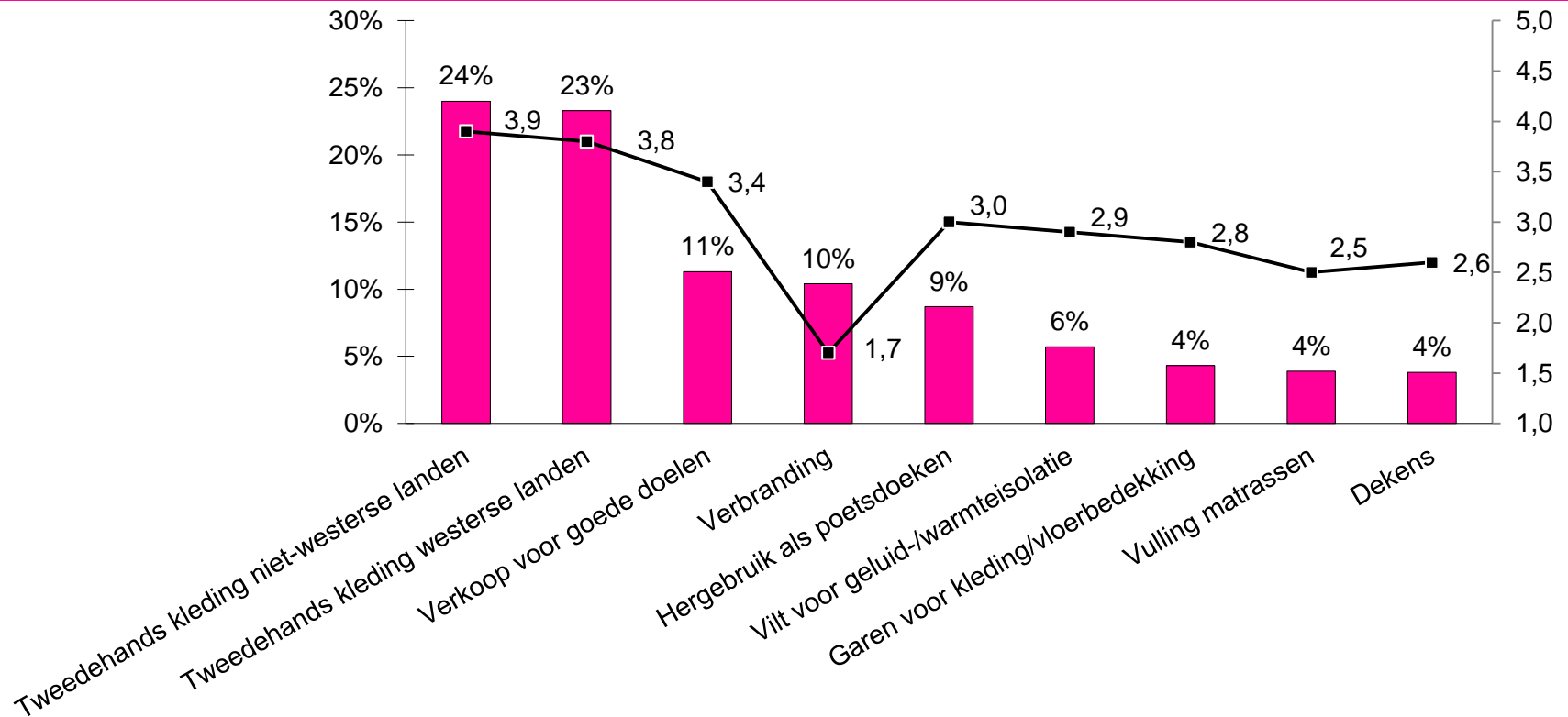
Gebrekkige kennis bij consumenten

Lang niet alle consumenten weten welk textiel wel of niet gescheiden ingezameld mag worden. Daarnaast zitten consumenten er ook vaak naast. Dit betreft vooral dekbedden en kussens, maar – misschien nog belangrijker – ook versleten kleding, waarvan de helft van de respondenten denkt dat dit niet in aanmerking komt voor recycling. Mogelijk omdat verschillende inzamelaars verschillende regels communiceren.



Recycling vooral geassocieerd met hergebruik

De respondenten denken dat bijna de helft van het ingezamelde textiel wordt hergebruikt als kleding, hetzij in westerse landen, hetzij in niet-westerse landen. Dit vindt men ook passend. Verbranding, wat voor ongeveer 10% van de stroom textiel de bestemming is, vinden respondenten een slecht alternatief.



■ Schatting fractie textiel op deze manier gerecycled (%) —■— Oordeel passende manier van recycelen (1-5)

Meest genoemde redenen

Wanneer we mensen vragen *waarom* ze hun textiel al dan niet recyclen, zien we weer een gebrek aan kennis (zowel praktisch, als in de potentie voor recycling) als belangrijke oorzaak voor het bij het afval gooien van het oude textiel.

Top 3 redenen om *niet* te recyclen

1. Het is kapot, dus anderen willen het niet meer
2. Het is me niet duidelijk welk textiel wel of niet gescheiden ingeleverd mag worden
3. Ik weet niet waar ik het kan inleveren

Top 3 redenen om *wel* te recyclen

1. Dan wordt kleding die ik niet meer wil, nog nuttig gebruikt
2. Het kost me weinig moeite om het gebruikte textiel gescheiden in te leveren
3. Hiermee steun ik arme mensen in Nederland, Westerse landen, Afrika en/of de Derde Wereld

Conclusies & aanbevelingen

Conclusies

Bereidheid tot recycling is een levenshouding die niet alleen voor textiel op gaat, maar voor alle vormen van herbruikbaar materiaal.

Gemeentelijk afvalbeleid (Diftar) heeft een sterke invloed op de mate van recycling.

Er is een groot gebrek aan kennis over mogelijkheden tot textielrecycling (wat mag, wat gebeurt er met het materiaal, waar kan ik het inleveren...)

'Social responseability' (hulp aan medemens, goed voor milieu, zonde om te verspillen...) is een belangrijk argument voor hergebruik textiel. Ook het voorbeeld van vrienden heeft (onbewust) invloed. Sociale druk werkt averechts.

Textielrecycling moet op orde zijn (makkelijk bereikbaar, goed terecht komen...).

Aanbevelingen

Gedifferentieerde aanpak is nodig: drempels wegnemen voor mensen die reeds recycelen (kennis, beschikbaarheid) en recycling in zijn algemeenheid stimuleren voor mensen die weinig recycelen. Gemeenten stimuleren tot Diftar zal veel invloed hebben.

Maak duidelijk wat wel en wat niet mag. Maak een eind aan de wirwar van regels, die verschillend zijn, afhankelijk van de inzamelende instantie. Centraliseer en stroomlijn de inzameling. Zorg ervoor dat de technische kant op orde is.

Campagnes moeten gericht zijn op 'goed doen': kleding waarmee je andere mensen helpt, sparen van het milieu, voorkomen van verspilling zijn thema's die weerklank vinden. Het effect kan versterkt worden door beelden van vrienden & vriendinnen die ook recycelen, op een vanzelfsprekende manier.

Meer informatie?

Martin Schalkwijk
Sibolt Mulder

e: martin.schalkwijk@tns-nipo.com
e: sibolt.mulder@tns-nipo.com

t: 020 5225 476
t: 020 5225 402