nieuws

Ecologische voetafdruk baart Vlaming (te) weinig zorgen

nieuws

De ecologische voetafdruk van Belgen is gemiddeld 7,11 globale hectare per persoon. Dat is de op vijf na grootste afdruk ter wereld. Toch schat bijna 60 procent van de Vlamingen dit niet als problematisch in, blijkt uit onderzoek van de UGent. De realiteit is dat we vier keer onze planeet nodig zouden hebben als de levensstijl van de Belgen wereldwijd zou worden overgenomen.

4 DECEMBER 2012 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:07

Lees meer over:
milieu

De ecologische voetafdruk van Belgen is gemiddeld 7,11 globale hectare per persoon. Dat is de op vijf na grootste afdruk ter wereld. Toch schat bijna 60 procent van de Vlamingen dit niet als problematisch in, blijkt uit onderzoek van de UGent. De realiteit is dat we vier keer onze planeet nodig zouden hebben als ons consumptiepatroon en onze levensstijl wereldwijd zouden worden overgenomen.
De Doha-conferentie zorgt ervoor dat de uitdagingen voor ons klimaat opnieuw wat meer in de belangstelling staan. Volgens recente berekeningen van het Global Footprint Network bedraagt de gemiddelde ecologische voetafdruk in België 7,11 globale hectare (gha) per persoon, waarmee ons land een bedenkelijke zesde plaats wereldwijd inneemt. Voor elke Belg is maar 1,33 gha beschikbaar.
Toch denkt 43 procent dat zijn of haar ecologische voetafdruk oké is, deelt de vakgroep Landbouweconomie van de UGent mee op basis van een steekproef van 221 Vlamingen. 15 procent is van oordeel dat deze ecologische voetafdruk eerder aan de lage kant is. 42 procent schat zijn of haar ecologische voetafdruk realistisch in, met name te hoog of veel te hoog.
“Deze cijfers bevestigen de indruk die weervrouw Jill Peeters al uitte bij het begin van de klimaatconferentie in Doha, namelijk dat de communicatie over de toestand van ons

klimaat niet voldoende doordringt bij de mens in de straat, onze politici en de media", zegt professor en vakgroepvoorzitter Wim Verbeke.
Nadat de ondervraagden geïnformeerd waren over de betekenis van 'ecologische voetafdruk' gaf één derde toe niet op de hoogte te zijn van het concept. 37 procent beweerde neutraal te staan of niet echt bezorgd te zijn over de uitstoot van broeikasgassen, de klimaatverandering en onze ecologische voetafdruk. Toch vond slechts tien procent dat de problemen in verband met de klimaatverandering overroepen zijn.
Voor het goede begrip, de ecologische voetafdruk is een maatstaf voor de hoeveelheid biologisch productieve land- en zeeoppervlakte die nodig is om te voldoen aan de vraag naar hernieuwbare grondstoffen en om het geproduceerde organisch afval en CO2 te verwerken of te absorberen volgens de huidige stand van de technologie.
Halverwege de klimaattop riep Christiana Figueres, hoofd van het VN-klimaatbureau, elk individu op om zijn deel van de verantwoordelijkheid te nemen. Vlamingen laten zich op het eerste gezicht niet onbetuigd. Op de vraag naar reeds ondernomen acties om hun ecologische voetafdruk te verlagen, beweerde 89 procent afval te sorteren, gevolgd door 77 procent die aangaf hun energiegebruik te proberen reduceren, en 57 procent die investeerde in betere isolatie van de woning.
Op het vlak van personenvervoer beweerde 37 procent minder vaak de wagen te gebruiken. Bij het aankopen van voeding kiezen de respondenten naar eigen zeggen voor seizoensgebonden producten (56%), minder vlees (34%) en lokale producten (32%). "Deze antwoorden werden niet spontaan genoemd maar ze konden aangeduid worden uit een lijst die aan de deelnemers werd voorgelegd. Daardoor zijn de cijfers ongetwijfeld een overschatting in vergelijking met de realiteit", nuanceert Verbeke.
De onderzoekers identificeerden vijf types consumenten op basis van hun persoonlijk bewustzijn van de eigen voetafdruk en het belang dat gehecht wordt aan de ecologische voetafdruk bij het maken van consumptiebeslissingen. De segmenten werden getypeerd als Actief (19%), Bewust (25%), Onzeker (22%), Onwetend (18%) en Onwillig (16%).
Actieve consumenten zijn volgens de onderzoekers van de UGent gebaat bij een positieve bevestiging van hun milieuvriendelijk gedrag. Bewuste consumenten wensen concrete informatie over acties die ze wel willen, maar onvoldoende denken te kunnen ondernemen. Zij die onzeker of onwetend zijn, hebben nood aan doelgerichte communicatie over de problematiek en de mogelijke oplossingen.
De onderzoekers merken ten slotte op dat de studie een verkennend karakter had en gebruikmaakte van een kleine steekproef met een lichte oververtegenwoordiging van

vrouwen en hoger opgeleiden, waardoor de cijfers vermoedelijk een optimistischer beeld geven dan de werkelijkheid.

Meer info: ScienceDirect

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact

M • info@vilt.be

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen
Crafted by Brigada