nieuws

Europeaan bezorgd over water- en luchtkwaliteit

nieuws

We denken steeds meer met een ecologisch hart. Dat blijkt uit een grootschalige enquête uitgevoerd door Ecover, producent van ecologische was- en schoonmaakmiddelen. Er werden 22.000 mensen in vijf Europese landen ondervraagd, onder wie 6.000 Vlamingen. De lucht- en waterkwaliteit is de grootste bekommernis van de ondervraagden. Ook de klimaatwijziging, de situatie in het tropisch regenwoud en het gebruik van gevaarlijke chemicaliën wekken onrust. Van ggo's liggen de respondenten veel minder wakker.

14 MAART 2008 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:03

We denken steeds meer met een ecologisch hart. We zijn bezorgd over het milieu en wijzen de bedrijven als grote boosdoener aan. Dat blijkt uit een grootschalige enquête uitgevoerd door Ecover, producent van ecologische was- en schoonmaakmiddelen. De enquête ging over ecologie en duurzaamheid. Er werden 22.000 mensen in vijf Europese landen ondervraagd, onder wie 6.000 Vlamingen en 1.800 Walen. Uit de resultaten blijkt dat niemand onverschillig is voor de ecoproblematiek en dat 68 pct zich grote zorgen maakt.

De lucht- en waterkwaliteit is de grootste bekommernis van de ondervraagden. Ook de klimaatwijziging, de situatie in het tropisch regenwoud en het gebruik van gevaarlijke chemicaliën wekken onrust. Opvallend is dat veelbesproken onderwerpen zoals kernenergie en genetisch gemanipuleerde gewassen minder ongerustheid veroorzaken.

Het merendeel van de ondervraagden draagt naar eigen zeggen zijn steentje bij aan een gezonder milieu. Ecover heeft een top tien opgesteld van de meest gangbare "ecologische handelingen". Daaruit blijkt dat 95 pct van de enquêtedeelnemers afval sorteert. Maar liefst 90 pct gaat met een herbruikbare tas winkelen. Ook elektrische toestellen helemaal uitschakelen in plaats van op stand-by te zetten, ecologische was- en reinigingsmiddelen, spaarlampen en gerecycleerd papier gebruiken halen een goede score.

Meer dan de helft van de ondervraagden zegt regelmatig fairtradeproducten te gebruiken of een product met minder verpakking te zoeken. Een overtuigende 70 pct vindt deze duurzame producten even efficiënt als hun traditionele tegenhanger. Meer dan acht op de tien vinden de producten ook gezonder. Een vierde van de ondervraagden valt over de prijs van de producten, ook al is het merendeel ervan overtuigd dat de meerprijs terecht is.
Een duurzaam product wordt alleen maar zo ervaren als de hele lijn van het merk duurzaam is. Als de meer gangbare merken een "ecolijn" aanbieden, dan wordt deze niet als betrouwbaar bestempeld. Zo vindt 90 pct van de milieubewuste consumenten dat Ecover, Max Havelaar en Oxfam Wereldwinkels verkopers zijn van echte duurzame producten, terwijl merken als Nike, Coca Cola, Dash en Shell door 80 pct niet met die eigenschap geassocieerd worden.
Naar een natuurvoedingswinkel of naar een tweedehandswinkel gaan, duurzaam sparen en alternatieve energie gebruiken staan niet in de top tien. Gezien de kostprijs van deze laatste is dat begrijpelijk. Volgens 70 pct van de ondervraagden zijn de bedrijven verantwoordelijk voor de erbarmelijke toestand van het milieu. Deze hebben te weinig aandacht voor ecologische en sociale aspecten, klinkt het.(GL)

Bron: Belga

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