

Artikels groep 3

Greenwashing? Zo herken je het!

42% van de onderzochte websites maakt zich schuldig aan oneerlijke handelspraktijken

Sommige bedrijven beweren impliciet of expliciet dat ze meer doen voor het milieu dan het geval is. Ze laten hun producten of diensten dus "groener" lijken dan ze in werkelijkheid zijn: ze doen aan greenwashing. Dat doen ze om consumenten te overhalen hun producten of diensten te kopen. Die oneerlijke handelspraktijk is echter verboden. Er staan boetes op tot 80.000 euro (te vermenigvuldigen met de opdecimen).

Om de consument ertoe aan te zetten duurzamer te consumeren is betrouwbare, duidelijke, relevante, vergelijkbare en verifieerbare informatie over de belangrijkste milieueffecten van producten (goederen en diensten) of organisaties cruciaal. Pas dan kan je als consument een weloverwogen "duurzame" aankoopbeslissing nemen.



Steeds meer ondernemingen gebruiken reclameboodschappen toegespitst op het milieu, de ecologie en duurzame ontwikkeling en dat vooral om de consument te overhalen om een bepaald product of een bepaalde dienst aan te kopen in plaats van dat van een concurrent.

Als de beweringen fout of misleidend zijn of als ze niet geverifieerd kunnen worden, dan is er sprake van greenwashing. De verkoper neemt een loopje met de waarheid en stelt zijn product of dienst dus groener voor dan die in werkelijkheid is. Dat is een vorm van oneerlijke handelspraktijken en daarom verboden in België. Overtreders riskeren boetes tot 80.000 euro (te vermenigvuldigen met de opdecimen).

Uit een Europese controleactie in 2020 waarbij in de hele Europese Unie websites werden gescreend op greenwashing, bleek dat 344 websites twijfelachtige milieucclaims verspreiden. Na grondiger onderzoek van die websites werd vastgesteld dat in meer dan de helft van de gevallen de handelaar niet voldoende informatie of toegankelijk bewijs gaf aan de consument om de juistheid van de claim te beoordelen.

In 37 % van de gevallen bevatte de milieucclaim vage en algemene begrippen als "bewust", "milieuvriendelijk" en "duurzaam" om bij de consument de indruk te wekken dat een product geen negatieve gevolgen had voor het milieu. Ten slotte bleek dat er in 42 % van de gevallen sprake was van oneerlijke handelspraktijken.

De Economische Inspectie van de FOD Economie kreeg in 2021 9 meldingen over greenwashing.

Hoe word je misleid?

Greenwashing gebeurt door om het even welke organisatie. Het kan zowel een onderneming, een fabrikant als een overheid zijn. De milieucclaims kunnen gaan over effecten op het milieu in het

algemeen of op specifieke milieuaspecten zoals de lucht, het water, de bodem, ecosystemen, biodiversiteit of het klimaat. Het kan gaan om allerlei soorten beweringen en informatie maar ook symbolen, logo's, afbeeldingen en merknamen tot zelfs het gebruik van bepaalde kleuren op verpakkingen, etiketten, in reclame en dat op papier, sociale media, websites, tv ...

“Veel burgers willen bijdragen aan een meer duurzame economie, maar krijgen niet altijd betrouwbare informatie. Greenwashing staat participatie in de transitie in de weg. De regering plant daarom verschillende acties om consumenten beter te informeren over de duurzaamheid van producten, in het kader van het actieplan circulaire economie. Er komt een Repair Score om in een oogopslag te zien of een product gemakkelijk kan worden gerepareerd, een betrouwbare certificering voor gerecycleerde inhoud en een informatieplicht over software-updates van toestellen. Daarnaast is het essentieel dat er toezicht wordt gehouden op beweringen over milieueffecten van producten. Het hoge percentage inbreuken toont nogmaals aan dat misleiding via foutieve groene marketing wijdverspreid is.” – Pierre-Yves Dermagne, Minister van Economie

Hoe herken ik greenwashing?

1. Er wordt een natuurlijk ingrediënt aangeprezen zoals azijn, citroen, of zoete amandel terwijl dat slechts in beperkte mate aanwezig is.
2. Je ziet vage of dubbelzinnige woorden en termen, die niet duidelijk worden gedefinieerd in de boodschap, zoals “puur natuur”, “niet vervuilend”, “goed voor de planeet”, “ecologisch”, “natuurvriendelijk”, “duurzaam”, “beschermt het milieu”, enz.
3. Er worden misleidende beelden gebruikt zoals afbeeldingen, kleuren, tekens, logo's en symbolen die een verkeerde indruk wekken. Bijvoorbeeld een symbool of kleur die duidelijk de natuur oproept op de verpakking van een huishoudelijk product, dat in feite geen of slechts een minimaal positief effect heeft op het milieu.
4. Op het product prijkt een milieulabel. Het ziet eruit als een officieel label dat gecertificeerd is door een bevoegde en onafhankelijke instantie terwijl de producent het zelf heeft gemaakt.
5. Een irrelevante actie wordt in de kijker gezet: een milieuvriendelijke actie die het bedrijf heeft ondernomen wordt bewierookt, maar die heeft niets te maken met het product waarvoor reclame wordt gemaakt.
6. De informatie is ongeloofwaardig: er moet een alarmbelletje afgaan als een onderneming een ecologisch argument gebruikt om een product te promoten dat schadelijk is voor de gezondheid. Reclame voor tabak mag bijvoorbeeld nooit een milieuvoordeel aanhalen aangezien voor de tabaksteelt veel water nodig is, giftige chemicaliën gebruikt worden en ontbossing in de hand wordt gewerkt.
7. Er is onvoldoende of ontbrekende informatie over het milieuvoordeel: als er bijvoorbeeld wordt aangegeven dat er "100 % gerecycleerd materiaal" wordt gebruikt, dan moet duidelijk zijn of dat gaat over de verpakking, het volledige product of een bepaalde stof. Geeft een producent aan dat zijn wasmachine bijvoorbeeld 30 % minder energie verbruikt, dan moet worden verduidelijkt dat die energiebesparing alleen van toepassing is als het eco-programma wordt gebruikt.

Wil je als bedrijf weten hoe je kunt vermijden dat je aan greenwashing doet? Lees dan de guidelines op onze website.

Bron: [Greenwashing? Zo herken je het! - FOD Economie \(bericht\) \(fgov.be\)](#)

FOD Economie, (z.d.). *Greenwashing? Zo herken je het!* Geraadpleegd via <https://news.economie.fgov.be/209362-greenwashing-zo-herken-je-het>

Greenwashing: wat is er mis mee en hoe herken je het?

Als bedrijven zich duurzamer voordoen dan ze eigenlijk zijn, noem je dat greenwashing. Met loze claims en duurzaamheidskenmerken spelen bedrijven in op de trend om duurzaam te consumeren, terwijl er in werkelijkheid niks verandert aan het product. We geven 5 tips om greenwashing te herkennen.



Greenwashing door middel van taal

Veel woorden die worden toegepast om duurzaamheid uit te stralen zijn erg algemeen en vaag. Als een woord niet is beschermd met voorwaarden in de Europese wetgeving, mag je deze gewoon op elk product zetten. Daar wordt door sommige bedrijven slim gebruik van gemaakt, want veel woorden hebben niet echt een afgebakende betekenis. Hoe 'groen' of 'goed voor mens en milieu' is een product nu echt als dit erop staat? Als jij het niet aan het product kan aflezen, is de kans groot dat je het maar beter met een korreltje zout kan nemen.

Hoe herken je greenwashing?

Greenwashing bestaat in meerdere vormen, waarvan vijf te herkennen zijn op labels en verpakkingen in elke supermarkt, drogist, bij energieleveranciers en kledingwinkels.

1. Natuurbeelden

Door beelden te gebruiken van bomen, blaadjes en natuurschoon wekken bedrijven de indruk duurzaam te zijn. In het menselijk brein koppelen we die plaatjes aan het milieu, waardoor we denken dat we goed bezig zijn door het product te kopen.

2. Misleidende labels

Elk bedrijf mag zelf keurmerken plaatsen, ook als deze zelfbedacht of zelfverklaard zijn. 'Biologisch' of 'goed voor de natuur' betekenen niks als er geen verantwoording op de verpakking staat. Hoe is een product goed voor de natuur? En wat is het ingrediënt van het product dat biologisch afbreekbaar is? Als er wel een uitleg op de verpakking staat, kunnen deze keurmerken wel gebaseerd zijn op juistheden. Wat je ook kunt doen, is het keurmerk controleren via de Keurmerkenwijzer. Daar zie je in een oogopslag welke eisen aan welk keurmerk verbonden zijn.

3. Camouflage

Sommige bedrijven verleggen de aandacht van hun product op duurzaamheid, om iets anders te verbloemen. Door op de verpakking te pronken met 'gerecyclede materialen', zou het bedrijf bijvoorbeeld kunnen verbergen onder welke omstandigheden de medewerkers zijn uitgebuit.

4. Irrelevante claims

Andere claims zijn niet relevant om te noemen. Het vermelden dat een chemische stof ontbreekt in een product, is niet altijd het vermelden waard. Het kan zijn dat het stofje illegaal is in Europa, dat het stofje nooit in het product heeft gezeten of dat het niet eens bestaat. Toch zien consumenten het onbewust als iets goeds, waardoor we het product automatisch hoger beoordelen.

5. Het ene of het andere kwaad

Voor de laatste vorm van greenwashing moet je het grotere plaatje van duurzaamheid kunnen zien. De marketing van een bedrijf kan zich richten op één aspect waarop het product milieuvriendelijk is (bijvoorbeeld 'biologisch afbreekbaar') maar op alle andere aspecten erg milieuonvriendelijk zijn ('biologisch afbreekbare sigaretten'). Sigarettenpeuken vervuilen volgens Trimbos namelijk de natuur en worden gevonden in de magen van dieren. Dat wil je niet, toch?

Is greenwashing strafbaar?

Of greenwashing strafbaar is, hangt af van de mate waarop het bedrijf onwaarheden verspreidt of niet. Door gebruik te maken van slimme systemen en vage termen, begeven deze bedrijven zich in een grijs gebied. Toch kunnen bedrijven niet helemaal hun gang gaan, dankzij regelgeving die in Europa geldt. Reclame-uitingen moeten namelijk voldoen aan algemene regels die beschreven zijn in de Nederlandse Reclame Code en de statuten van de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken van de Europese Commissie. Zo mogen milieclaims niet misleiden, moeten alle milieclaims aantoonbaar juist zijn en moet er altijd een verklaring van claims beschikbaar zijn op de verpakking of reclame-uiting. Houden bedrijven zich daar niet aan, dan kunnen deze Europese en Nederlandse autoriteiten de bedrijven op de vingers tikken. Zij kunnen bij overtredingen ook boetes opleggen voor deze bedrijven.

Wat zijn voorbeelden van greenwashing?

Energieleveranciers maken zich ook schuldig aan greenwashing, door groene stroom te verkopen die niet echt 'groen' is. Als consumenten groene stroom afnemen, investeren ze (in principe) in de opwek van groene stroom in Nederland. Hoe meer mensen aan dit systeem bijdragen, hoe meer windmolens, zonnepanelen e.d. erbij komen. Echter werkt het niet voor alle energieleveranciers zo. Van alle producten die 'groene stroom' verkopen in Nederland, is veel niet echt groen. Deze stroom wordt verkocht onder de noemer 'groen' doordat bedrijven certificaten van de opwek uit duurzame energiebronnen in het buitenland kopen. Met de Groene stroom checker bekijk je snel of jouw groene stroom ook écht groen is.

Wat zijn de gevolgen van greenwashing?

Greenwashing is schadelijk voor het milieu, omdat consumenten de producten bewust kopen met het idee dat ze duurzaam bezig zijn. Omdat ze in werkelijkheid alleen mooie praatjes kopen, dragen deze consumenten niet bij aan de oplossing van het klimaatprobleem, maar juist onbewust bij aan het klimaatprobleem. Door goed op te blijven letten en op verpakkingen te zoeken naar verantwoording voor de mooie woorden, kun je bewust kopen om het klimaat een handje te helpen.

Bron: [Greenwashing: wat is er mis mee en hoe herken je het? | HIER](#)

De haan, L. (2023). *Greenwashing: wat is er mis mee en hoe herken je het?* Geraadpleegd via <https://www.hier.nu/klimaatverandering/greenwashing-wat-is-er-mis-mee-en-hoe-herken-je-het>

