

# Antwoordsleutel QR-codes

## 1: BNP-PARIBAS – Duurzaam beleggen

---

### GREENWASHING

- **Klimaatverandering:** in tegenstelling tot wat BNP Paribas beweert, investeert de bank massaal in bedrijven die nieuwe olie en gasvelden aanboren. Dit aantal stijgt zelfs nog steeds. In het jaarlijkse 'Fossil Fuel Finance Report' komt BNP elk jaar opnieuw als een van de belangrijke financiers van fossiele energie naar voren. Dit rapport bekijkt de situatie op wereldschaal.
- **Biodiversiteit:** BNP Paribas financiert massaal de distributie van wegwerpplastic, de bank investeert grote bedragen in de grootste gebruikers van plastic zoals Coca-Cola en Unilever. BNP Paribas financiert ook de grote multinationals in de cacaosector en de daarmee gepaarde, grootschalige ontbossing van beschermde oerwouden.
- **Mensenrechten:** BNP Paribas was de grootste Europese financier van bedrijven die actief zijn in de illegale Israëlische nederzettingen op Palestijns gebied, deze nederzetting zijn erkend als oorlogsmisdaden. Daarnaast investeert de bank ook in GEO Group, deze baat privégevangenen en detentiecentra uit voor migranten in de VS, waar uit onderzoek blijkt dat men daar in onmenselijke omstandigheden leeft.
- **Wapens uitsluiten:** BNP Paribas is de grootste actieve investeerder in kernwapenproductie in België.
- **Transparantie:** ondanks al hun duurzaamheidsclaims legt de bank geen officiële lijst voor van de bedrijven of overheden die ze financiert.

## 2: Ecover

---

### GEEN GREENWASHING – FAIRE CLAIMS

- Ecover houdt bij elke stap van het proces rekening met duurzaamheid in alle aspecten van het woord (milieu, economie, sociaal ...). Het bedrijf houdt rekening met de duurzaamheid van het verpakkingsmateriaal en screent zijn leveranciers.
- Ecover was in 1992 het eerste bedrijf ter wereld dat een ecologische fabriek bouwde. Hier zijn ze ook transparant in, zo kan je op bv. Open Bedrijvendag deze fabriek zelf vanbinnen gaan inspecteren en zien hoe alles in zijn werk gaat.
- De producten van Ecover zijn tegenwoordig op basis van algenolie, dit in plaats van de veel gebruikte palmolie. Algenolie is geen bedreiging voor de tropische regenwouden. De olie kan lokaal geproduceerd worden en de hele keten van algenolie tot het afgewerkt product is volledig traceerbaar, er is dus volledige transparantie.
- Ook de verpakkingen van Ecover zijn zo goed als volledig gemaakt van gerecycleerd plastic en het bedrijf promoot het hervullen ervan.

## 3: Tony's Chocolonely's

---

### GEEN GREENWASHING – FAIRE CLAIMS

- Tony's Chocolonely's is één van de 6 bedrijven die al hun cacao gecertificeerd inkopen. Daarnaast is het bedrijf volledig open over de coöperaties waarvan het zijn cacao aankoopt, in tegenstelling tot andere chocolademerken (met uitzondering van Fair Trade Original).
- Sinds 2013 heeft het chocolademerken een lange termijn samenwerkingsovereenkomst met een aantal cacao producerende boerencoöperaties, waardoor de arbeidsomstandigheden en het inkomen van de boeren verbeteren. Daarnaast investeert Tony's Chocolonely's in trainingen en technologische verbeteringen om een hogere kwaliteit bonen te waarborgen.
- Door deze langetermijnpartnerschappen daalt de kinderarbeid en gaat het leefbaar inkomen voor de arbeiders omhoog. Hierover is Tony's Chocolonely's volledig transparant, net als over alle andere gegevens.

## 4: H&M Conscious lijn

---

### GREENWASHING

- De Conscious lijn van H&M is van de markt gehaald, omdat het om valse groene marketing bleek te gaan. De duurzaamheidsclaims die H&M maakte, waren niet controleerbaar en ze verleidden de consument aan de hand van een 'groen logo' voor hun aankopen.
- De kledingindustrie blijft een zwaar vervuilende economie met een enorm aantal factoren die hier op inspelen: het productieproces, transport, waterverspilling, niet verkochte collecties die verbrand worden en de onethische werkomstandigheden in de lagelonenlanden.
- Ook het feit dat H&M de lijn promoveert met 'hergebruikte wegwerpplastic' is problematisch. Ze pakken hiermee het probleem van de overconsumptie niet aan, maar gebruiken het als een marketingtechniek. Door de claim geloven consumenten dat single-plastic-use ok is, want het wordt uiteindelijk toch gerecycleerd. Dit is geen duurzame reflex.

## 5: Kledingmerk Patagonia

---

### GEEN GREENWASHING – FAIRE CLAIMS

- Patagonia stelt zich niet op als een duurzaam, maar als een verantwoordelijk kledingmerk. Het bedrijf neemt de verantwoordelijkheid voor schade aan de planeet. Het blijft inzetten om Patagonia beter voor de planeet te maken, en beschrijft zichzelf ook als imperfect met het doel te streven naar het redden van de planeet. Het zet in op alle schakels van het productieproces, op systeemveranderingen.
- Het proces om te verbeteren is dus het doel. Er zijn uiteraard nog werkpunten, maar hier is Patagonia ook open over in zijn beleid. Het bedrijf probeert zich steeds te verbeteren om de planeet te helpen:
  - 88% van de kleding wordt genaaid voor een eerlijk loon en in waardige arbeidsomstandigheden. Patagonia probeert ook in kledingfabrieken het percentage leefbare lonen te verhogen.
  - Op het vlak van uitstoot willen ze tegen 2025 CO2-neutraal zijn.

- Patagonia zet ook in op duurzame kledij, kledij die lang meegaat dus. Ze bieden levenslange garantie, waaronder gratis reparatieservice, ze verzetten zich tegen de wegwerpcultuur door hun klanten te stimuleren voor hun kledij te zorgen en de kledij tweedehands door te verkopen.

## 6: Klimaat neutrale melk van Albert Heijn

---

### GREENWASHING

De claim dat Albert Heijn klimaat neutrale melk(producten) aanbiedt, kan niet gestaafd worden. Uit universitair onderzoek blijkt dat het niet zo evident is om de uitstoot van broeikasgas van koeien te compenseren en dat dit van veel verschillende factoren afhangt. Men mag niet uit het oog verliezen dat de koe voor het meest milieubelastende voedsel zorgt. Volgens onderzoek bleek dat grasland minder dan 0,5% van de totale broeikasgasuitstoot in Nederland compenseert en de veestapel is verantwoordelijk voor 12%. De redenering dat weiden de CO2 terug opnemen is dus niet correct en onbewezen.

## 7: Eneco

---

### GEEN GREENWASHING – FAIRE CLAIM

Volgens het jaarlijks onderzoek van Greenpeace naar de aanbieders van groene stroom komt Eneco met een 16/20 uit de test, wat dus een heel goede score is. Eneco behaalt daarmee veruit de beste score in vergelijking met de traditionele energieleveranciers (dat wil niet zeggen dat ze de beste zijn in België).

- Geleverd stroom: 99% van de opgewekte energie is windenergie. 50% daarvan produceert Eneco zelf, de rest wordt rechtstreeks aangekocht bij producenten van hernieuwbare energie.
- Investerings: 100% in hernieuwbare energie, zowel wind- als zonne-energie.
- Mix op de factuur: 80% van de geleverde elektriciteit is groen. De overige 20% is wel nog een mix van kernenergie en gascentrales.

## 8: Coca-cola – gerecycleerde flessen

---

### GREENWASHING

Coca-Cola doet beweringen over milieuvriendelijke plasticen verpakken en deze zijn misleidend.

- Uit onderzoek (<https://www.extrudergroup.nl/news/coca-cola-among-brands-greenwashing-over-packaging-report-says-plastics/>) blijkt dat Coca-Cola termen als 'recycleerbaar' en 'oceaangebonden' plastic gebruikt om zich milieuvriendelijk voor te doen; vooral met deze termen doet het aan greenwashing. Volgens het onderzoek doet Coca-Cola deze claims om de aandacht af te leiden van de echte impact van plastic.

- Coca-Cola heeft miljoenen geïnvesteerd om innovatie te promoten waarbij 25% van de gebruikte flessen uit oceaanplastic zou bestaan. Het concern vermeldt echter nergens dat het de grootste plastic vervuiler ter wereld is en dat het single-use plastic blijft promoten.

## 9: Shell's Climate Ambition

---

### GREENWASHING

- Shell zoekt nog steeds naar nieuwe bronnen van olie en gas en heeft geen plannen om die productiehoeveelheid te verminderen tegen 2030, integendeel, het bedrijf wil deze zelf doen groeien.
- Volgens de 'Climate Action 100+ Net Zero Company Benchmark' (focust op bedrijven die hun uitstoot energieneutraal willen maken), heeft Shell geen ambitie of echte doelstelling om een netto nul verbruik te creëren.
- Ondanks zijn beweringen, besteedde Shell tussen 2010 en 2018 maar 1% van zijn lange termijn investeringen aan koolstofarme energie (zoals wind en zon).
- Shell legt de verantwoordelijkheid bij de consument, en niet bij zichzelf. Het bedrijf stelt dat het enkel zijn eigen uitstoot kan controleren en niet de uitstoot van de consumenten die zijn producten gebruiken. Zo neemt het afstand van zijn verantwoordelijkheid om systemische veranderingen door te voeren.

## 10: Ecolabel 'Der Blauer Engel'

---

### GEEN GREENWASHING – FAIRE CLAIM

- Dit ecolabel van de Duitse Federale overheid bestaat al meer dan 45 jaar. Het is een onafhankelijk en geloofwaardig label dat strenge normen stelt aan milieuvriendelijke producten en diensten.
- Een label voor producten die in vergelijking met andere minder milieubelastend zijn (deze mogen niet onderdoen in kwaliteit en gebruiksvriendelijkheid).
- Het label is op verschillende producten van toepassing zoals bv. papier en heeft voor elk type product specifieke criteria.
- Het is verankerd in de Europese wetgeving.

# Bronnenlijst

---

- Adegeest, D. (14 november 2022). H&M sued for greenwashing claims, again. FashionUnited. <https://fashionunited.com/news/fashion/h-m-sued-for-greenwashing-claims-again/2022111450685>
- BNP Paribas. (z.d.) FairFin. <https://www.fairfin.be/bankwijzer/banken/bnp-paribas>
- Der Blaue Engel – Gesundheit. (z.d.) Departement Omgeving. <https://omgeving.vlaanderen.be/nl/klimaat-en-milieu/gezonde-veilige-en-aantrekkelijke-leefomgeving/bouw-gezond/ecolabels-in-de-bouw/der-blaue-engel-gesundheit>
- Ecover meest duurzame onderneming. (3 oktober 2007). De Standaard. <https://www.standaard.be/cnt/351i4cjr>
- Greenpeace. (2023) Eneco BE. Greenpeace. <https://mijngroenestroom.be/leverancier/eneco-be/>
- Greenwashing Files: Shell. (z.d.). ClientEarth. <https://www.clientearth.org/projects/the-greenwashing-files/shell/#greenwashing>
- Hoe duurzaam is outdoor kledingmerk Patagonia? (19 juni 2023). Cosh. <https://cosh.eco/nl/merken/patagonia-1>
- ‘Klimaatneutrale’ melk AH juicht te vroeg, vindt Reclameautoriteit. (z.d.) Foodlog. <https://www.foodlog.nl/artikel/flash/klimaatneutrale-melk-ah-juicht-te-vroeg-vindt-reclameautoriteit/>
- Laville, S. (30 juni 2022). Coca-Cola among brands greenwashing over packaging, report says. The Guardian. <https://www.theguardian.com/environment/2022/jun/30/coca-cola-among-brands-greenwashing-over-packaging-report-says>
- Lee, J. (1 mei 2023). Coca-Cola’s latest greenwashing an attempt at disguising its biggest pollute status. Greenpeace. <https://www.greenpeace.org/aotearoa/press-release/coca-colas-latest-greenwashing-an-attempt-at-disguising-its-biggest-polluter-status/>
- Middelweerd, H. (23 mei 2023). Patagonia spreekt liever niet over duurzaamheid: ‘Verantwoordelijkheid maakt veel meer impact’. Change Inc. <https://www.change.inc/retail/patagonia-spreekt-liever-niet-over-duurzaamheid-verantwoordelijkheid-maakt-veel-meer-impact-39975>
- Rank a Brand. (18 december 2012). Tony’s Chocolonely meest duurzame chocolademerken. Duurzaamondernemen.nl. <https://www.duurzaam-ondernemen.nl/tonys-chocolonely-meest-duurzamechocolademerken/#:~:text=Tweederde%20van%20de%2049%20onderzochte%20chocolade merken%20maakt%20voor,Alabel%20en%20ontving%20hiervoor%20de%20Chocolade%20Award%202012.>
- RTL Nieuws. (1 juli 2021). Albert Heijn op de vingers getikt: ‘Klimaatneutrale’ melk misleidend. RTL nieuws. <https://www.rtlnieuws.nl/nieuws/nederland/artikel/5239436/misleiding-reclame-albert-heijn-melk-klimaat>
- Schoonheid. (15 september 2022). H&M stopt met de ‘groene’ lijnen ‘Conscious’ en ‘Conscious choice’.

Schoonheid. <https://schoonheid.nl/health/voeding/hm-stopt-met-de-groene-lijnen-conscious-en-conscious-choice/>

The German Ecolabel. (z.d.). Blauer-Engel. <https://www.blauer-engel.de/en>

Tony's Chocolonely. (9 januari 2023). Tony's Chocolonely bewijst dat door manier van werken kinderarbeid in cacao flink afneemt. Duurzaamondernemen.nl. <https://www.duurzaamondernemen.nl/tonys-chocolonely-bewijst-dat-door-manier-van-werken-kinderarbeid-in-cacao-flinkafneemt/#:~:text=Tony%27s%20is%20%C3%A9%C3%A9n%20van%20de,dat%20een%20leefbaar%20inkomen%20verdient.>

Ecover meest duurzame onderneming. (3 oktober 2007). De Standaard. <https://www.standaard.be/cnt/351i4cjr>

Van der Hoeven, D. (8 april 2014). Ecover: duurzaamheid, daar gaat het om. Bio Based Press. <https://www.biobasedpress.eu/nl/2014/04/ecover-duurzaamheid-daar-gaat-het-om/>