



Een crisis van gemakzucht

De bedrijven achter de stortvloed aan wegwerpplastic

Een Greenpeace-analyse van het beleid, de activiteiten en de ambities van grote producenten van consumptiegoederen.

GREENPEACE



Samenvatting

We zijn helaas gewend geraakt aan beelden van rivieren, oceanen en gemeenschappen die worden verstikt door plastic afval. De logo's en afbeeldingen van grote consumentenbedrijven – duidelijk zichtbaar in deze tsunami van wegwerpplastic – laten zien wie hiervoor verantwoordelijk is. Deze merken – met hun wegwerpverpakkingen – promoten onze hedendaagse wegwerplifestyle en daarmee massaproductie en overconsumptie. Nu blijkt dat we voor al dit 'comfort' een onaanvaardbaar hoge prijs betalen; de gezondheid van onze ecosystemen en de levende wezens die van hen afhankelijk zijn.

Elke minuut van elke dag belandt het equivalent van een vrachtwagen vol plastic in de oceanen. Een groot deel van dat plastic afval bestaat uit verpakkingen. Al die verpakkingen – gemaakt om op te vallen en de klant te verleiden het product keer op keer te kopen – zijn ontworpen voor eenmalig gebruik en vervolgens de vuilnisbak. Over de consequenties wordt niet of nauwelijks nagedacht. Deze bedrijven willen nu nieuwe markten veroveren en verkopen daarom steeds meer **kleine, individuele porties in plastic sachets** die niet eens gerecycled kunnen worden.

Verantwoordelijkheid nemen – de eerste stap richting een oplossing

De merken die de grootste bijdrage leveren aan de toename van wegwerpplastic – 's werelds grootste producenten van consumptiegoederen – **worden niet ter verantwoording geroepen** voor de groeiende crisis die het resultaat is van de productie, consumptie, verwerking en vaak ook dump van wegwerpplastic. Deze bedrijven zijn verantwoordelijk voor de meerderheid van wegwerpproducten die onze moderne 'wegwerp-levensstijl' mogelijk maken. Zij veroorzaken veel van de plastic vervuiling die tot deze crisis heeft geleid, maar zelfs de meest basale informatie over hoe deze bedrijven te werk gaan, hoe hun producten tot stand komen en hun echte 'plastic voetafdruk' ontbreekt.

Voor dit rapport stuurde Greenpeace VS een uitgebreide vragenlijst naar 11 van de grootste producenten van consumptiegoederen. De antwoorden laten zien dat er, ondanks toezeggingen om plastic afval terug te dringen door meer te recyclen, geen plannen zijn om het plastic probleem echt aan te pakken, en zo de toenemende productie en verkoop van wegwerpplastic af te remmen.

Belangrijkste bevindingen

De meest zorgwekkende uitkomst is dat geen van de bedrijven specifieke plannen of toezeggingen met ons deelde die de totale hoeveelheid wegwerpplastic die ze produceren moeten terugdringen. Ook is er een gebrek aan transparantie, wat de geloofwaardigheid van hun toezeggingen ondermijnt. Daar komt nog bovenop dat sommigen misleidende uitspraken doen, bijvoorbeeld dat hun verpakkingen 'herbruikbaar' zijn, geen wegwerpplastic, omdat ze meer dan één portie bevatten.



● Geen toezeggingen om wegwerpplastic uit te faseren

- Geen van de ondervraagde bedrijven heeft toegezegd dat het wegwerpplastic uitfaseert, of dat het duidelijke targets heeft om het aantal producten van wegwerpplastic terug te dringen.
- Alle toezeggingen die bedrijven hebben gedaan **staan het gebruik van wegwerpplastic om verder te kunnen groeien toe.**
- Alle bedrijven zitten vast in een wegwerppmentaliteit; de oplossingen die ze verkennen draaien vooral om het recycleren van producten – wat niet genoeg is om de plasticafvalcrisis aan te pakken.

● Toename van wegwerpplastic

- De meeste producenten van consumptiegoederen gaan juist steeds meer wegwerpplastic gebruiken: Alle bedrijven, op een na, melden dat hun gebruik van wegwerpplastic toeneemt of gelijk blijft.

● Bedrijven kunnen of willen niet zeggen hoeveel plastic ze gebruiken

- Geen van de bedrijven gaf volledig inzicht in de hoeveelheid plastic die ze gebruiken. Veel zeggen van plan te zijn dat in de toekomst wel te gaan doen.
- Geen van de ondervraagde bedrijven weet waar hun verpakkingen uiteindelijk belanden. Ze weten dus niet of deze terechtkomen in de vervuilende internationale handel in afval.

De impact van plastic op onze ecosystemen

We weten niet precies hoe lang het duurt voordat van aardolie gemaakt plastic afbreekt, maar als het eenmaal belandt in de bodem, de rivieren of de oceanen, is het onmogelijk om op te ruimen.

- Wat aanspoelt aan onze kusten of op het wateroppervlak dobbert is slechts het puntje van de ijsberg. Meer dan **twee derde van al het plastic in de oceanen zinkt naar de bodem**, en creëert zo een groeiende afvalberg onder het wateroppervlak. De hoeveelheid plastic die in zee terechtkomt neemt toe.
- Grotere stukken vallen uiteen in steeds kleinere stukjes, beter bekend als microplastics, die je niet met het blote oog kunt zien.
- We vinden plastic op de meest uiteenlopende plekken, van arctisch zee-ijs en de wateren rond de zuidpool tot de diepste geulen in de bodem van de oceaan.



© Holde Schneider / Greenpeace

- Plastic afval op land is net zo'n groot probleem. Vuilstortplaatsen worden ermee overspoeld, het verstopt onze waterwegen. Het doet de kans op overstromingen toenemen en vervuult het land en de lucht als het wordt verbrand.
- Sommige soorten plastic bevatten **gevaarlijke chemicaliën**, die weg kunnen lekken. Microplastics kunnen deze chemicaliën aan het milieu onttrekken en vasthouden. Daarmee vormen ze een nog groter risico voor dieren en mensen.

Onze overproductie van plastic verpakkingen belemmert de aarde in het opnemen van broeikasgassen en vervuult onze ecosystemen met gevaarlijke chemicaliën en afval.

Het recycling-sprookje

De roep om iets te doen aan dit beschamende probleem wordt alsmaar luider. Veel overheden en bedrijven hebben 'de oorlog verklaard' aan onze wegwerpcultuur. Maar tot nu toe ontbreekt het deze oorlog aan een zinvolle strategie. Economieën met een ontwikkelde infrastructuur voor afvalverwerking en recycling zamelen steeds grotere hoeveelheden verpakkingsmateriaal in om die te recycleren. Maar wat gebeurt er nou echt met al die weggegooide verpakkingen?

- Wereldwijd wordt slechts 9 % van al het plastic gerecycled; in ontwikkelde landen wordt meestal veel minder dan 50 % van al het ingezamelde plastic gerecycled. Van slechts een zeer klein deel wordt opnieuw verpakkingsmateriaal gemaakt.
- De meeste 'gerecyclede' verpakkingen worden in werkelijkheid gedowncycled tot minder hoogwaardige of niet te recycleren producten.
- Veel verpakkingsmateriaal kan niet eens makkelijk gerecycled worden, zoals sachets voor eenmalig gebruik die alsmaar populairder worden.
- De beperkingen van recycling, een gebrekkige infrastructuur en een slechte traceerbaarheid zorgen ervoor dat plastic verpakkingen voorlopig op de afvalhoop blijven belanden.



Een geëxporteerd probleem

Erger nog, veel van het verpakkingsmateriaal dat wordt ingezameld voor 'recycling' wordt geëxporteerd naar het Globale Zuiden.

- China importeerde jaarlijks naar schatting bijna 8 miljoen ton plastic afval tot het deze import in 2018 verbood.
- De volgende bestemming voor deze gigantische hoeveelheden plastic afval is waarschijnlijk Zuidoost-Azië. Daar ontbreekt het nu al aan de infrastructuur om de nog grotere hoeveelheden lokaal geproduceerd plastic afval te verwerken, waardoor deze landen een grote bijdrage (bijna 60 %) leveren aan het plastic afval dat in zee belandt.
- De grote hoeveelheden plastic afval op land en in de rivieren heeft een enorme impact op lokale gemeenschappen in deze landen. Mensen verliezen hun inkomstenbron, zoals vissen en toerisme, het plastic verergert watervervuiling en vergroot de kans op overstromingen. En als die plaatsvinden, duurt het langer voordat het water zich weer terug kan trekken.

Door de wereldwijde handel in 'recyclebaar' afval is niet te achterhalen of te recycleren materialen ook daadwerkelijk worden gerecycled, gedowncycled of weggegooid en in het milieu terecht komen. Ondertussen voeren producenten van consumptiegoederen het gebruik van wegwerpplastic op door nieuwe markten te creëren in het Globale Zuiden. Daar promoten ze het gebruik van producten die zijn verpakt in kleine porties, voor eenmalig gebruik. Zo laten ze mensen proeven aan een - voor hen onbereikbare - wereld van luxe.

Dit promoten van merkproducten – eten, drankjes, cosmetica en verzorgingsproducten – in porties voor eenmalig gebruik, jaagt massaproductie en overconsumptie aan en draagt bij aan de plasticafvalcrisis. Tegelijkertijd voedt deze consumptiezucht onze angsten en onzekerheden. Het individu krijgt de schuld voor het verwoesten van de planeet en ons vermogen om écht gelukkig te zijn en een betekenisvol leven te leiden wordt ondermijnd.

De uiteenlopende oplossingen die bedrijven en overheden aandragen, zijn ineffectief. Het is hoog tijd dat producenten van consumptiegoederen beloven hun afhankelijkheid van wegwerpplastic af te bouwen. Ze moeten overstappen op een bedrijfsmodel dat gebaseerd is op transparantie, echte oplossingen die deel uitmaken van een duurzame manier om producten aan de man te brengen en maatregelen die verspilling en vervuiling tegengaan.



Een boodschap aan grote merken: jullie klanten wachten op jullie!

Het is tijd om de realiteit onder ogen te zien. Alle kleine en grote inspanningen om plastic verpakkingen in te zamelen en te recyclen, zijn belangrijk en lovenswaardig, maar het is niet de oplossing. We moeten de productie van wegwerpplastic sterk terugdringen, en wel per direct. Als grote aanjager van de plasticafvalcrisis, moeten producenten van consumptiegoederen hun verantwoordelijkheid nemen voor dit probleem en kritisch kijken naar hun afhankelijkheid van wegwerpplastic. Bedrijven moeten meer doen dan beloven dat ze investeren in recycling en toezeggen dat ze op grote schaal het gebruik van wegwerpplastic zullen terugdringen en uitfasen, jaar op jaar.

Dit betekent het einde voor een bedrijfsmodel dat afhankelijk is van wegwerpproducten en verpakkingen voor eenmalig gebruik. Dit is het begin van een nieuw systeem, dat openstaat voor het samen ontwikkelen van nieuwe manieren om producten te verpakken – met name manieren die uitgaan van hergebruik.

Greenpeace doet een oproep aan bedrijven, overheden en het maatschappelijk middenveld om steun uit te spreken voor een transitie naar een plasticvrije toekomst. Dit doen we door per direct in actie te komen en een transformatie in gang te zetten weg van onze huidige wegwerpverpakkingen.

Belangrijkste aanbevelingen

Greenpeace dringt er bij de producenten van consumptiegoederen en andere bedrijven op aan om **prioriteit te geven aan de volgende vier maatregelen:**

- **Wees transparant** – publiceer omvangrijke data over je plastic voetafdruk en de soorten plastic die je gebruikt;
- **Beloof het gebruik van plastic terug te brengen** – maak jaarlijkse doelstellingen voor het terugdringen van het gebruik van wegwerpplastic, op weg naar een volledige uitfasering;
- **Stop zo snel mogelijk met het gebruik van de meest onzinnige en onnodige verpakkingen** – stop nog voor 2019 met onzinnig en onnodig gebruik van wegwerpplastic;
- **Investeer in hergebruik en alternatieve verpakkingssystemen** – Investeer in herbruikbare verpakkingen die steeds opnieuw kunnen worden gevuld en de ontwikkeling van nieuwe verpakkingssystemen die wegwerpverpakkingen overbodig maken.



GREENPEACE

Greenpeace is een onafhankelijke, internationaal opererende milieuorganisatie die zich inzet voor een groene, vreedzame planeet. We zijn mensen met een missie. Met en namens miljoenen wereldverbeteraars gaan we de confrontatie aan met grote bedrijven en overheden. Samen hebben we de kracht, kennis en het lef om grote milieuproblemen bij de wortels aan te pakken. Samen maken we het verschil.

© 2020 - Stichting Greenpeace Nederland

Postbus 3946

1001 AS Amsterdam

0800 422 33 44

info@greenpeace.nl

www.greenpeace.nl

KvKnummer: 41198809