

# Netwerk Bewust Verbruiken

<https://www.weforest.org>

## \_ Voorstelling van uw project

We werken rond twee thema's:

- Repareren: We willen van repareren het nieuwe normaal maken. We willen producenten motiveren om producten zo te ontwerpen dat ze duurzaam en herstelbaar zijn, consumenten motiveren om kapotte producten altijd eerst te (laten) herstellen voor ze gerecycleerd of weggegooid worden en beleidsvoorstellen uit te werken.
- Delen: We willen dat mensen meer spullen delen, zoals werkmateriaal, tuingereedschap, kinderspullen en speelgoed, kledij,... We zetten zelf pilootprojecten op, maken draaiboeken, brengen deelinitiatieven bijeen om ervaring uit te wisselen en ondersteuningsvragen op het spoor te komen. Daarbij is niet alleen de ecologische, maar ook de sociale impact belangrijk. We willen ook stimuleren dat deelinitiatieven toegankelijker worden voor kansengroepen en kwetsbare mensen.

## \_ Waarom kwam dit project tot stand? Wat was uw vertrekpunt?

- Repareren: Vanuit de vaststelling dat er nog teveel wordt weggegooid en te weinig gerepareerd. Uit een eigen onderzoek dat we deden bij 1.000 Vlamingen bleek dat mensen niet weten waar ze kapotte spullen kunnen laten repareren en denken dat repareren meestal veel geld en tijd gaat kosten. Wel verwachten ze van producenten dat ze kwaliteitsvolle producten maken, en dat die ook makkelijk herstelbaar zijn. Daarnaast ondersteunen we al enkele jaren de Vlaamse Repair Café's en kennen we ook hun noden.
- Delen: vanuit de vaststelling dat mensen heel wat spullen in huis hebben, die ze maar zelden gebruiken (bv boormachine) of die ze maar korte tijd kunnen gebruiken (bv kinderfiets). Deze spullen delen zorgt dat er minder aangekocht wordt, waardoor er ook minder geproduceerd wordt en op de afvalberg terecht komen. Delen is een eenvoudige manier om te consuminderen zonder aan levenskwaliteit in te boeten.



Onderzoek dat aantoonde dat commerciële deeleconomie eerder op winst dan op sociale inclusie gericht is, en soms zelfs uitsluiting en isolement van kwetsbare groepen versterkt. Deelinitiatieven. En dat veel burgerinitiatieven rond delen vooral de hogeropgeleide middenklasse bereiken.

**\_ Wat waren de voornaamste problemen waarmee u bij de verwezenlijking van uw project werd geconfronteerd?**

- Repareren: producten die zo ontworpen worden dat ze moeilijk te herstellen zijn - nog te weinig bekendheid bij zowel producenten als consumenten van 'products as a service' - geen structurele middelen voor ondersteuning van Repair Café's - reclame- en andere druk om steeds nieuwe producten te kopen.
- Delen: weinig interesse bij bedrijven voor sociale en inclusieve kant van deeleconomie - bij consumenten: gebrek aan kennis van deelinitiatieven en idee dat het ingewikkeld is - bij deelinitiatieven van burgers/organisaties: weinig ervaring met klantenbeheer, verzekeringen, promotie,...
- Beide: totnogtoe geen sterk netwerk of samenwerking met bedrijven

**\_ Hoeveel personen nemen deel aan de verwezenlijking van uw project? Wie zijn de eventuele partners?**

3 personen binnen de organisatie. Partners buiten de organisatie: Bond Beter Leefmilieu, Restart Project, Repair Together, ECOS, lokale buurtgroepen en sociale organisaties

**\_ Waar treedt u op? (lokaal, op internationaal niveau ...)**

Vlaanderen

**\_ Wat zijn uw belangrijkste middelen?**

Subsidie als sociaal-culturele beweging en verschillende projectsubsidies

**\_ Wat is de huidige impact van het project? En/of welke impact zou u in de toekomst willen hebben?**

Huidige impact: verschillende acties en lobbywerk op Europees niveau hadden als resultaat dat vanaf 2020 een aantal maatregelen genomen worden die repareerbaarheid bevorderen (binnen het ecodesign package) - we hebben via onderzoeken en adviesgroepen expertise opgebouwd rond sociale inclusie binnen deel- en repareerinitiatieven - repareer- en deelinitiatieven worden ondersteund met lerende netwerken, draaiboeken en opstartbegeleiding. Toekomstige impact: meer producenten bieden products as a service en herstelmogelijkheden aan, ook toegankelijk voor kwetsbare groepen. Consumenten zien delen en repareren als eerste optie, vóór nieuw kopen en weten waar ze daarvoor terecht kunnen.

