

SPOEL VERF NOOIT DOOR DE GOOTSTEEN!

In april lanceerden de verfproducenten en de bouwmarkten de publiekscampagne 'Spoel verf nooit door de gootsteen!'. De campagne moet consumenten er meer bewust van maken hun verfmaterialen nooit onder kraan af te wassen. Wat nog vaak gebeurt, blijkt uit onderzoek.

TEKST: PIETER VAN DEN BRAND
BEELD: CAMPAGNE

Het YouTube-filmpje op [Spoelverfnooitdoordegootsteen.nl](https://www.spoelverfnooitdoordegootsteen.nl) windt er geen doekjes om. We zien klusser Joep, die na het schilderen van een muur zijn kwasten schoon wil maken onder de kraan. Niet doen Joep! Verf hoort niet in het riool, ook geen watergedragen verf. Dat gaat ten koste van de waterkwaliteit in je omgeving, zegt de voice-over. Joep krijgt veel betere oplossingen aangereikt, die het milieu ontzien en tijd én geld besparen. Nog niet klaar met verven? Bewaar de roller in de verfemmer, verpak hem luchtdicht in plastic en aluminiumfolie of gebruik een speciale bewaargel. Zit de klus erop: schraap de verf goed van roller en kwast, laat ze uitharden en doe ze dan bij het restafval. Niet spoelen scheelt al snel zo'n 20 liter water per keer, goed voor honderd bakjes koffie. Uitgebreide uitleg en tips krijgt de kijker op www.spoelverfnooitdoordegootsteen.nl.

Aan de campagne, die op 16 april van start is gegaan, heeft de hele verfketen bijgedragen, van verfproducenten en materialenleveranciers tot bouwmarkten. Ook de social media worden ingezet om met posts naar de video's en tips op de campagne-website te linken. In de bouwmarkten en doe-het-zelf

winkels hangen posters. Een aantal bouwmarkten gaat de gratis roerhoutjes bedrukken met de slogan 'Spoel verf nooit door de gootsteen!'. De campagne loopt een vol jaar. Daarna volgt een evaluatie.

De VVVF heeft eerder een animatie met dezelfde boodschap laten maken, die door heel Europa in tien verschillende talen is te zien. Voor de nieuwe campagne is voor echte personen gekozen, om de boodschap nog indringender over te brengen. In Groot-Brittannië heeft de collega-branchevereniging een vergelijkbaar filmpje laten maken. De campagneworkgroep vond dat zo inspirerend dat dit voorbeeld is nagevolgd.

Onderzoek

Aanleiding voor de campagne is het vorig jaar gehouden onderzoek in opdracht van consumentenorganisatie Milieu Centraal en de VVVF, financieel gesteund door het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat. Volgens het representatieve onderzoek onder een duizendtal Nederlandse consumenten denkt twee derde dat gebruikte verfbakjes, rollers, kwasten en soms ook de roerhoutjes onder de kraan af mogen worden gespoeld.

Vier op de tien meent dat lozing van watergedragen verf in het milieu niet schadelijk is.

Het onderzoek heeft de bouwmarkten ervan overtuigd om samen met de VVVF in actie te komen. "Voor onze branche is dit een belangrijk initiatief", zegt secretaris Timo Ringlever van de Vereniging van Winkelketens in de Doe Het Zelf-branche (VWDHZ). "Bij duurzaamheidsmanagers en inkopers staat het thema inmiddels scherp op het netvlies, maar ook het informeren van consumenten vinden we belangrijk. Het onderzoek toont aan dat er nog een flinke slag te maken is om het kennisniveau te vergroten. We moeten hier beslist meer aandacht voor hebben. Het is dan ook mooi om te zien dat onze leden dit hebben opgepakt. Goed ook dat we hierin samenwerken met de verfindustrie."

Informeren

Uit het onderzoek van Milieu Centraal blijkt dat consumenten hun verfmaterialen voornamelijk kopen tijdens een bezoek aan de bouwmarkt of doe-het-zelfwinkel en niet online. "We grijpen dit bezoek in de winkel zeker aan om consumenten te informeren



with optional
UN APPROVAL

Maximum resource conservation – highest quality & safety

SCHÜTZ GREEN LAYER is our eco-friendly, next-generation packaging.

Only high-quality SCHÜTZ recycle from our own global recycling programme is used to make the middle layer of the inner bottle, increasing the proportion of recycled plastic to as much as 68 %. This allows us to conserve natural resources and further improve the CO₂ footprint of our packaging.

Find out more at www.schuetz-packaging.net

SCHÜTZ
PACKAGING SYSTEMS

SCHÜTZ (Benelux) B.V.
Westelijke Randweg 23
Haven 0413
NL-4791 RT Klundert
Telefoon +31 168 334 600
info1benelux@schuetz.net
www.schuetz.net/benelux



Up to 100 % recycled material. 100 % spectacular.

An important step for the circular economy.
Take action!



Are you ready?

Scan the QR code now and find out
more about the Jokey Eco Concept!

Packaging Done Wisely.



‘Twee derde van de Nederlandse consumenten denkt dat gebruikte verfbakjes, rollers, kwasten onder de kraan af mogen worden gespoeld’

‘Vier op de tien meent dat lozing van watergedragen verf in het milieu niet schadelijk is’

HELDERE HANDVATTEN NODIG VOOR NA DE VERFKLUS

Volgens het onderzoek van Milieu Centraal en de VVVF schiet de kennis over de milieubelasting van verf onder consumenten flink tekort. Twee op de drie denkt dat ze gebruikte verfmaterialen kan schoonmaken onder de kraan. Ook denkt veertig procent ten onrechte dat watergedragen verf niet schadelijk is voor het milieu. Opvallend is dat bijna een vijfde van de consumenten geen enkel idee heeft welke basis de door hen gebruikte verf heeft. Tijdens een meerdaagse verfklus spoelt bijna de helft van hen rollers, verfbakjes en kwasten af onder de kraan in de gootsteen om er de volgende dag mee verder te gaan. Minder dan een derde bewaart bakje, roller en kwast in folie. Een vijfde wast ook zijn roerhoutjes onder de kraan af. Hooguit een tiende doet zijn materialen na een eerste verfdag bij het restafval, om de volgende dag nieuwe spullen te gebruiken.

Zit de verfklus erop, dan worden alle materialen door twee op de drie gebruikers onder de kraan afgewassen, bij een vijfde wederom ook het roerhoutje. Verfbakjes worden bewaard, rollers en kwasten doorgaans ook, maar in iets mindere mate. Amper een tiende doet zijn gebruikte verfbakje, rollers en kwasten bij het restafval. Dat ligt anders bij de professionele schilder. Uit indicatief onderzoek blijkt dat zij het vaak niet de moeite waard vinden om tijd te besteden aan het schoonmaken van kwast en roller.

Het merendeel van de consumenten bewaart de verf die overblijft om geld te besparen voor een volgende verfbeurt. Een kleine groep brengt verf naar de milieustraat en een nog kleinere groep (vijf procent) doet de verf bij het restafval, wat niet is toegestaan. Waar op dit punt dus flink rekening met het milieu wordt gehouden, gaan de meeste consumenten wel over op het milieuonvriendelijke afspoelen onder de kraan.



Meer weten?
Scan de QR-code
en neem een kijkje
op de website

‘Voor onze branche is dit een belangrijk initiatief. Goed ook dat we hierin samenwerken met de verfindustrie’

TIMO RINGLEVER, SECRETARIS VWDHZ
(VERENIGING VAN WINKELKETENS IN DE DOE HET ZELF-BRANCHE)

over de milieu-impact van de producten die zij kopen.”, zegt Ringlever. “Mensen kijken anders naar producten en willen meer weten over de duurzaamheid ervan.. Volgens onderzoek spelen milieu en gezondheid geen grote rol bij de aanschaf. Het belangrijkste zijn de kleur en de kwaliteit van de verf. Op dat vlak valt veel winst te behalen. We zien het als onze verantwoordelijkheid de consument te informeren en proberen onze medewerkers daar zo goed mogelijk in te ondersteunen. In hun opleiding bieden we modules over de duurzaamheidsaspecten van producten aan. Dit soort vragen komt er alleen maar meer. We willen dat onze medewerkers goed voorbereid zijn. Zij zijn ons belangrijkste uithangbord. De campagne

zal daar beslist bij helpen.”

De campagne is er specifiek op gericht het kennisniveau bij consumenten te verhogen. Vanuit de VVVF heeft Jeroen Hagman (regulatory & public affairs) het project opgezet. Hij hoopt dat niet alleen de duurzaamheidsbewuste consument maar meer mensen de uitleg en tips op de campagnesite gaan bekijken, “al zullen we vast niet iedereen aanspreken. Het vinden van goede tips was ook nog een opgave, want de gemiddelde consument wil niet heel veel extra tijd kwijt zijn. Ons doel is dat de helft van de consumenten die aankomende tijd een aankoop doet met de campagne in aanraking komt.”

Voor secretaris Ringlever van brancheorganisatie VWDHZ is de campagne al geslaagd als deze het bewustzijn onder een grote groep consumenten heeft doen toenemen. “Het zou prachtig zijn als dit besef tot zoveel mogelijk mensen doordringt. Zij kunnen dan weer een voorbeeld voor anderen zijn, zodat steeds meer consumenten in de winkel al weten hoe ze moeten handelen tijdens en na het verven. Dan heeft de campagne effect.”



**SPOEL VERF
NOOIT DOOR
DE GOOTSTEEN!**

Ook geen watergedragen verf

Denk aan
het milieu
Scan voor tips

spoelverfnooitdoordegootsteen.nl

Een initiatief van de gezamenlijke bouwmarkten en verfproducenten



**SPOEL VERF
NOOIT DOOR
DE GOOTSTEEN!**

Ook geen watergedragen verf

Denk aan
het milieu
Scan voor tips

spoelverfnooitdoordegootsteen.nl

Een initiatief van de gezamenlijke bouwmarkten en verfproducenten