

Češi nevyužívají re-use centra a málo obnovují staré věci. Rádi utrácejí za nové oblečení a udržitelnost neřeší

29.5.2024 - Šárka Mrázová, Veronika Krejčí | Ministerstvo životního prostředí ČR

Většina Čechů neví, k čemu slouží takzvaná re-use centra. Osobně je navštívilo pouze sedm procent respondentů. Jde o místa, kam mohou lidé bezplatně odevzdat drobnější a stále funkční předměty z domácnosti, které už nepoužívají. Téměř polovina lidí si nové šaty nakupuje pouze pro radost. Vyplývá to z výzkumu Provozně ekonomické fakulty Mendelovy univerzity v Brně, který se uskutečnil v rámci projektu Chytře a udržitelně ve spolupráci s hlavním realizátorem Pedagogickou fakultou Univerzity Karlovy.

Mezi spotřebiteli není ani rozšířený pojem „upcyklace“, tedy opětovné využívání různých věcí a materiálů, které by se jinak vyhodily nebo zchátraly. Až 71 procent oslovených v průzkumu uvedlo, že nikdy nic „neupcyklovalo“. Češi také neřeší, odkud pochází jejich oblečení, často ho nakupují jen pro radost a ohlížejí se především na cenu.

Výzkum se uskutečnil pod vedením týmu Ing. Lucie Veselé, Ph.D., z Provozně ekonomické fakulty Mendelovy univerzity v Brně od listopadu 2024 do února letošního roku, a to formou dotazníkového šetření na reprezentativním vzorku 1100 respondentů. Dále byly využity metody kvalitativní, jako focus groups a rozhovory. Projekt podpořila Technologická agentura ČR. Mezi hlavní partnery patří Ministerstvo životního prostředí ČR.

„Výsledky tohoto průzkumu jasně ukazují, že potřebujeme posílit povědomí veřejnosti o tom, proč je důležité chovat se udržitelně a jaké jsou současné možnosti. Textilní průmysl a zejména tzv. rychlá móda generuje enormní množství odpadu. V současnosti probíhá na evropské úrovni změna v přístupu k textilním i potravinovým odpadům a Česká republika ji aktivně podporuje. Ministerstvo životního prostředí se také dlouhodobě zaměřuje na podporu re-use center a tvorby environmentálních vzdělávacích programů, které občany mohou nasměrovat k šetrnějšímu a udržitelnějšímu chování,“ říká ministr životního prostředí Petr Hladík (KDU-ČSL) a dodává: „Naší snahou je hlavně zvýšit recyklaci textilu – i proto nás od ledna 2025 čeká zavedení povinného sběru textilu. Součástí každé obce tak bude místo pro odevzdání textilu, aby se textilnímu odpadu a negativním dopadům na životní prostředí předcházelo. Současně probíhá diskuze ohledně zavedení rozšířené odpovědnosti výrobců za své výrobky, které mají dopad na životní prostředí, tedy za jejich sběr, třídění, recyklaci, likvidaci. Týkat by se to mělo vedle textilu a ložního prádla třeba obuvi nebo klobouků. Chceme zkrátka nadále podporovat principy cirkulární ekonomiky a znovu využívat zdroje, které už byly jednou využity.“

Češi, kteří mají s upcyklací nějakou zkušenost, takto nejčastěji „renovují“ oblečení a nábytek a největší motivací pro obnovu je kreativní nápad a poté úspora peněz. Naopak spotřebitele od upcyklace produktů v domácnosti odrazuje nedostatek dovedností, času a inspirace. Z průzkumu nicméně vyplývá, že drtivá většina Čechů pojem upcyklace vůbec nezná. **Rozbité věci Češi neopravují, opraváři podle nich chybí anebo se jim oprava finančně nevyplatí.**

„Situace je svým způsobem obdobná počátku 90. let minulého století v oblasti recyklace nebo před pár lety s plýtváním potravinami. Domácnosti se nejprve musí o tématech upcyklace i fast/slow fashion dozvědět a následně být edukovány,“ říká prof. PaedDr. Michal Nedělka, Dr., děkan

Pedagogické fakulty UK.

„Je však potřeba v rámci vzdělávacího procesu poskytnout laické veřejnosti mnohem více než jen suchá data nebo nezábavný text. Pokud chceme, aby Češi začali používat re-use centra a chovali se více udržitelně, musíme je to naučit interaktivní, hravou formou. Vidíme to jasně i na výsledcích úspěšného vzdělávacího projektu Smart Food, díky němuž se u žáků třetích až pátých tříd zlepšily znalosti o správném zacházení s jídlem a neplýtvání až o 40 procent. To samé chceme docílit u projektu Chytře a udržitelně,“ doplňuje **Bc. Igor Červený, vedoucí oddělení pro podporu distančního vzdělávání z Pedagogické fakulty UK a spoluzakladatel fakultního SpinOff FutureBooks.** Digitální podobu interaktivních výukových médií může pro projekt Chytře a udržitelně poskytnout právě platforma FutureBooks, kterou vyvinula Pedagogická fakulta UK. Díky tomu, že podněcuje žáky k aktivitě a hře, zvyšuje i jejich úspěšnost v pochopení tématu, a tím zvyšuje jejich úspěšnost a výsledky téměř o čtvrtinu v porovnání s tištěnou formou výukových materiálů.

VÝSLEDKY VÝZKUMU V DETAILU

Přestože téměř tři čtvrtiny Čechů upcyclaci nevyužívá, čtvrtina z nich by ji někdy ráda zkusila. Více než polovina respondentů (55 %) už někdy nakoupila produkt „z druhé ruky“. Největší motivací pro ně byla cena a jedinečnost produktu, až pak udržitelnost. Od nákupu „z druhé ruky“ je odrazuje hygiena a omezený výběr. Oslovení odhadují, že nenosí až 31 procent obsahu své vlastní šatní skříně. Pokud ho chtějí vyhodit, umístí ho nejčastěji do kontejneru na textilní odpad nebo darují známým. Možnosti re-use či swap využívají zřídka.

„Na otázku, co se děje s oblečením v textilním kontejneru, odpovědělo 21 procent respondentů, že neví. Až 67 procent se jich domnívá, že se tento textil věnuje charitám a neziskovým organizacím. Vybavení domácnosti nejčastěji spotřebitelé vyhazují do kontejneru, nebo pak darují někomu ze svého okolí či za odvoz,“ uvádí příklady z výzkumu Ing. Lucie Veselá, Ph.D., vedoucí Ústavu marketingu a obchodu na PEF MENDELU.

Jak se Češi chovají ke spotřebě oblečení

Až 37 procent spotřebitelů si jednou měsíčně koupí nějaké nové oblečení, knihy 18 procent lidí a alespoň jednou za půl roku si knihu dopřeje 46 procent respondentů. Dekoraci si pořídí do domácnosti jednou ročně většina spotřebitelů, a pokud jde o nový nábytek, tak jej průměrně pořizují jednou za dva roky. Průzkum zároveň ukázal, že až 20 procent oslovených nakupuje nový nábytek nejméně jednou ročně. Zemi původu oblečení nikdo neřeší a pojem greenwashing, většina oslovených vůbec neřeší.

„V rámci online rozhovorů padl zajímavý názor, že by se měl více zdanit dovoz levného a nekvalitního oblečení z Asie. Několik respondentů také uvedlo, že by měly odpovědnost přijmout také obchodní řetězce, které by se měly snažit snížit množství obalového materiálu. Překvapilo nás, že jen pár dotazovaných přitom zmínilo, že zodpovědnost je primárně na každém spotřebiteli,“ uvádí příklady z výzkumu Ing. Lucie Veselá, Ph.D., vedoucí Ústavu marketingu a obchodu na PEF MENDELU.

„Z výše uvedených důvodů se proto naše Pedagogická fakulta UK aktivně v projektu zaměřuje na to, jak můžeme vzděláváním dětí a domácností přispět k udržitelnějšímu a odpovědnějšímu chování. Věříme, že dlouhodobá změna chování spotřebitelů může být dosažena pouze prostřednictvím cíleného vzdělávání a zvýšeného povědomí o ekologických důsledcích každodenních rozhodnutí jednotlivců. Naší snahou je připravit budoucí generace na to, aby se staly uvědomělými a odpovědnými občany, kteří budou aktivně přispívat k ochraně našeho společného životního prostředí,“ říká doc. RNDr. Antonín Jančařík, Ph.D., proděkan pro vědu a výzkum, Pedagogická fakulta UK.

Kde spotřebitelé nakupují

Překvapivě stále převažují nákupy v kamenných prodejnách nad online, internetové prostředí nicméně převládá u nákupu knih a hraček. Někteří spotřebitelé si rádi vybírají produkty online a pak si je jdou vyzkoušet a koupit do kamenné prodejny. Tento způsob využilo při výběru nábytku 18 procent lidí a u oblečení 13 procent. Obrácený způsob, tedy výběr v obchodě a nákup po internetu, je méně častý. Většina Čechů navštěvuje second handy, ale není to kvůli udržitelnosti, nýbrž kvůli nízké ceně oblečení.

Dva pojmy slow fashion (pomalá móda jako reakce na konzum) ani fast fashion (masová, levná móda bez ohledu na ekologii) drtivá většina oslovených nezná. Myslí si, že je to trend pro starší generaci, protože mladí chtějí stále nové trendy za málo peněz. Uvědomují si, že fast fashion je problém, ale nemají peníze na to si dovolit dražší oblečení.

Nejčastěji si Češi pořizují oblečení ve fast fashion řetězcích (až 35 %), po nichž následují specializované prodejny. Pouze dvě procenta respondentů uvedla, že si nechávají šít šaty na míru nebo si je ušijí vlastními silami. Nábytek, nádobí nebo sportovní vybavení chodí spotřebitelé nakupovat do specializovaných řetězců nebo hypermarketů, které převládají i u dekorací a drobného vybavení domácnosti, jako jsou třeba šatní ramínka.

Proč si lidé pořizují nové věci

Nejčastějším důvodem je to, že se jim jejich stávající oblečení nebo vybavení domácnosti poškodilo. Až 40 procent lidí si nové šaty nakupuje pouze pro radost.

Jak jsou na tom Češi s recyklací odpadů

V rámci redukce odpadu oslovení uváděli, že nekupují PET lahve, nebalí si ovoce a zeleninu do sáček, berou si vlastní tašky na nákup, případně se snaží omezovat plasty. Drtivá většina Čechů třídí odpad už ve své domácnosti a je znepokojena, pokud to někdo takto nedělá. K udržitelnosti by podle většiny respondentů měla vést hlavně výchova v rodině a pak také vzdělávání na základní škole, případně od státu.

„Z rozborů velkoobjemového odpadu je patrné, že lidé nejvíce vyhazují oblečení, nábytek, drobné vybavení domácnosti, obuv a příměsi, jejichž největší složkou je stavební materiál. Těchto top 5 kategorií víceméně odpovídá jarnímu úklidu. Nejméně se vyhazuje vybavení pro zvířata a do kuchyně nebo autosklo,“ dodává Ing. Lucie Veselá, Ph.D., vedoucí Ústavu marketingu a obchodu na PEF MENDELU.

https://www.mzp.cz/cz/news_20240529_Cesi-nevyuzivaji-re-use-centra-a-malo-obnovuji-stare-veci