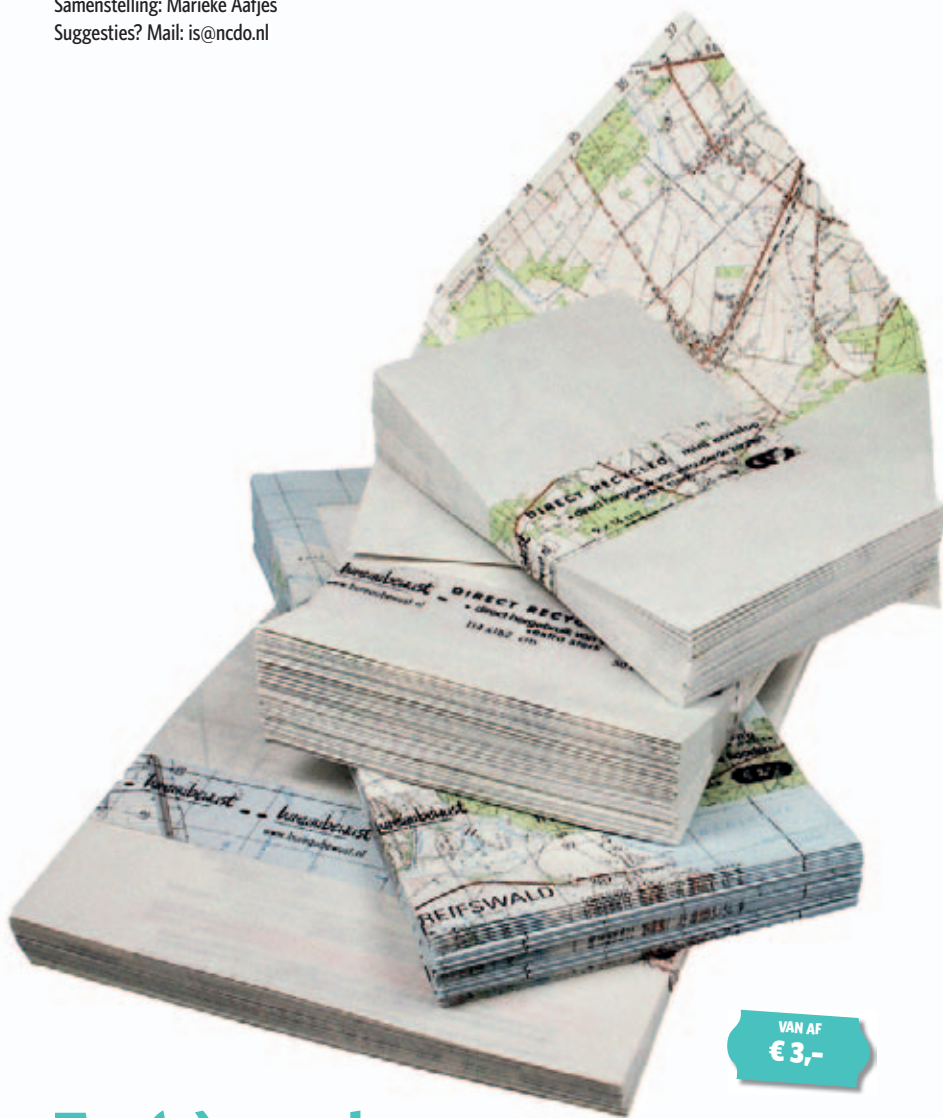


# Duurzaam gemak

Samenstelling: Marieke Aafjes  
Suggesties? Mail: [is@ncdo.nl](mailto:is@ncdo.nl)



## Top(o) envelop

Van de Alpen tot de Waddenzee, zelfs Karl-Marx-Stadt kun je tegenkomen op deze stevige enveloppen. Ze zijn gemaakt van meer dan twintig jaar oude, voornamelijk Duitse, landkaarten. Geschikt cadeautje voor mensen die de rijtjes uit de topografieles van vroeger nog steeds uit hun hoofd opdreunen.

**Diverse topo-enveloppen vanaf € 3,- per 50 stuks**  
[www.bureaubewust.nl](http://www.bureaubewust.nl)

## Slangentas

Geen tas van slangenleer, maar van brandweerslangen. Ontwerpers Elvis & Kresse bieden afgekeurde brandweerslangen na een verhitte carrière een tweede leven. Deze bowlingtas is gemaakt van rode, gele en (zeldzame) blauwe brandweerslangen. De donderblauwe voering was in een vorig leven een tafelkleed.

**Bowlingtas € 225,-**  
[www.degroenezaak.nl](http://www.degroenezaak.nl)

## Dorst?

Heb je vaak een waterflesje bij je? Dan is de ONEforONE-fles een leuke. Gaat een stuk langer mee dan een wegwerpflesje én van elke verkochte fles gaat € 2,50 naar Pump Aid, een organisatie die waterputten aanlegt in Zimbabwe, Malawi en Liberia.

**Waterfles**  
350 ml € 14,95  
of 500 ml € 15,95  
[www.oneforone.nl](http://www.oneforone.nl)



## Geluksdag

Laat je elke dag verrassen met nieuw geluk. Volg je gevoel en pak een rolletje uit deze doos van handgeschept en zongedroogd papier, waarin je de bloemblaadjes, het gras, het blad en de schors van de Thaise moerbeiboom ziet. Vouw het rolletje naar keuze open en laat je inspireren door jouw gelukswens voor die dag.

**Doosje vol geluk € 12,50**  
[www.wereldwinkel.nl](http://www.wereldwinkel.nl)



## Lekker smeren

[www.indisha.nl](http://www.indisha.nl)

**We kijken steeds vaker op het etiket voordat we een flinke lik pindakaas en of leverpastei op ons brood smeren. We willen geen chemische troep in ons lijf.**

**Waarom zijn we niet even zorgvuldig met cosmetica? Wat we op onze huid smeren, dringt ook ons lichaam binnen. Jeanine Wolthuis van Indisha vond een zuiver alternatief.**

“Dat voedingsmiddelen soms schadelijke stoffen bevatten, weten de meeste mensen wel. Maar ook cosmeticaproducten bevatten chemische ingrediënten, denk aan conserveringsmiddelen, die soms zelfs bewezen slecht zijn voor onze gezondheid. Daar lees je nooit iets over. Ook als je de hoofdprijs betaalt, is dat nog geen garantie voor een goede inhoud. Al leg je 200 euro neer voor een potje crème. Daarom ben ik op zoek gegaan naar eerlijke, pure, biologische cosmeticamerken. Gemaakt door mensen met passie voor hun producten én voor ons welzijn.”

Inmiddels runt Jeanine Wolthuis een beautysalon en een webshop met onder meer make-up,



nagellak en voedende gezichtscrèmes. Ze verkoopt uitsluitend producten waarvan de ingrediënten naar eigen zeggen ‘100 procent kloppen’. Van alle producten heeft Jeanine de ingrediëntenlijsten op ‘puurheid’ gecheckt. “Alleen de producten die ik helemaal vertrouw, vind je bij ons op de site.” Dat betekent zo veel mogelijk biologische ingrediënten en zo min mogelijk chemische conserveringsmiddelen. De verpakkingen zijn van afbreekbaar materiaal. “Veel van onze producten bevatten *food*

*grade*-ingrediënten. Dat zijn ingrediënten die in principe eetbaar zijn en een conserverende werking hebben, zoals grapefruit- of citrus-extract. Welbeschouwd is er niets nieuws onder de zon. Onze grootouders wisten al hoe je voedsel langer kunt bewaren zonder chemische troep.”

Jeanine hoopt dat door haar initiatief de aandacht voor ‘gezonde’ cosmetica zal toenemen. “Maar mensen blijven ook gewoon vlees uit de bio-industrie en ander ongezond voedsel eten. Waarschijnlijk uit gemakzucht, maar ook omdat de druk van reclame zo hoog is. Slechts een klein deel van de consumenten gaat echt op zoek naar reële en betaalbare alternatieven. Wat het ook lastig maakt, is dat er voor cosmetica negen verschillende keurmerken zijn, die elk met een eigen standaard ‘goede’ van ‘foute’ producten onderscheiden. Er ligt een plan om deze verwarrende situatie voor 2015 op te lossen. Maar wij wachten daar niet op: wij garanderen nu al dat onze crèmes 100 procent troepvrij zijn.”

**Renske (37), communicatieadviseur**

**“Met grote vanzelfsprekendheid smeerde ik crèmes en andere cosmetica op mijn lichaam, gezicht en ogen. Pas laat realiseerde ik me dat de ingrediënten misschien niet zo gezond zijn. Nu weet ik dat er alternatieven bestaan die ook betaalbaar zijn. Ik smeer nu met meer aandacht en plezier. Hetzelfde geldt voor biologische voeding. Hoewel ik moet toegeven dat ik daar vooral op let bij het koken voor de kinderen.”**



## Groen blaadje

### Oh oh Natuur

**H**et was een onvergetelijke ervaring voor een Nederlands meisje als ik. Mijn man en ik trokken deze zomer met een grote rugzak een week het Sierra Nevada-gebergte in Californië in. Al ons voedsel in speciale beerveilige opbergcontainers, kamperen in het wild, en lopen maar. Door rivieren wadend, op boomstammen balancerend en besneeuwde bergpassen trotserend waanden wij ons *Crocodile Dundee*.

Hoeveel ik ook van mijn warme douche in de ochtend houd, er is iets absoluut magisch aan jezelf wassen in een ijskoud riviertje met het helderste water dat je ooit gezien hebt. Je zware rugzak, tirannieke muggen, hitte, kou en sobere maaltijden (macaroni met kaas, tortilla's met pindakaas) vergeet je meteen zodra je oog in oog staat met de overweldigende schoonheid van het steeds veranderende landschap. Er gebeurt iets bijzonders met ons als we ons oh zo comfortabele leven even achter ons laten en de natuur echt op ons in laten werken. Oh, de natuur! Een week in de

natuur leven is genoeg om te beseffen dat we niet ‘terug naar de natuur’ willen en dat onze moderne samenleving ons ongelooflijk veel goeds heeft gebracht. Tegelijkertijd fleuren we op in de natuur. Onderzoek laat dat duidelijk zien: natuur maakt ons niet alleen gezonder en blijer, maar ook socialer en altruïstischer. Nu we de rugzakken hebben opgeborgen en 's avonds weer sushi kunnen bestellen voor het avondeten, moet ik denken aan de beroemde uitspraak van Thoreau: *In wildness is the preservation of the world*. Die man begreep het in 1862 al. Nu wij nog.



Annick Hedlund - de Witt (1978) doet aan de Vrije Universiteit promotieonderzoek naar de relatie tussen wereldbeelden en duurzame ontwikkeling.

Beeld: Maurits Giesen