



# Herbruikbare verpakkingen in de e-commerce

**Adviesrapport voor stakeholders in de verpakkingsector**



# Inhoudsopgave

<b>Samenvatting</b>	<b>3</b>
<b>1. Inleiding</b>	<b>4</b>
1.1 Aanleiding en doel	4
1.2 Doelgroep en verwachte inzichten	5
1.3 Opbouw rapport	5
<b>2. Achtergrond</b>	<b>6</b>
2.1 Maatschappelijke context	6
2.2 Cyclus herbruikbare verpakking	7
2.3 Analyse milieu-impact	8
2.4 Analyse kostenstructuur	10
2.5 Data uit de praktijk	13
<b>3. Plan van aanpak</b>	<b>14</b>
3.1 Scenario's	14
3.2 Voorstel voor opschaling en financiering	16
<b>4. Conclusie</b>	<b>18</b>
<b>Referenties</b>	<b>20</b>
<b>Bijlagen</b>	<b>22</b>
I: Gebundelde data uit de praktijk	22
II: Advies voor stakeholders	25
III: Over het consortium	27



# Samenvatting

De vraag naar herbruikbare verpakkingen groeit. In Nederland wordt jaarlijks ongeveer 85 miljoen kilo verpakkingsmateriaal gebruikt. Op nationaal en Europees niveau is besloten dat dit moet verminderen. Veel stakeholders, waaronder consumenten, politici en webshops, zien herbruikbare verzendverpakkingen als een duurzame oplossing voor de sector.

## Consortium Herbruikbare Verpakkingen

Een consortium van webwinkels, vervoerders en verpakkers werkt samen onder leiding van Thuiswinkel.org. Zij hebben onderzocht hoe de keten voor herbruikbare verpakkingen ingericht kan worden en welke voorwaarden nodig zijn om herbruikbare verpakkingen als alternatief voor single-use verpakkingen aantrekkelijk en schaalbaar te maken.

## Milieuwinst

De belangrijkste redenen om over te stappen op herbruikbare verpakkingen zijn het verminderen van verpakkingsafval en de negatieve milieu-impact van verpakkingen. De milieu-impact hangt af van materiaalkeuze, technische levensduur, retourpercentage en rotatiesnelheid. Als deze goed op elkaar afgestemd zijn, bieden herbruikbare verpakkingen milieuvoordelen ten opzichte van single-use verpakkingen.

## Keteninrichting

De grootste verandering bij herbruikbare verpakkingen is het proces van retourneren, controleren en eventuele reiniging en reparatie. Waar single-use verpakkingen na gebruik op de afvalberg belanden, kunnen herbruikbare verpakkingen meerdere keren worden gebruikt. Een kostenefficiënte infrastructuur voor retourlogistiek, reiniging en reparatie is nodig voor financieel haalbare herbruikbare verpakkingen. Samenwerking tussen webwinkels, verpakkingsleveranciers en vervoerders is cruciaal. Een kwalitatief hoogwaardige herbruikbare verpakking tegen een lage inkoop prijs versnelt het break-evenpunt

ten opzichte van single-use verpakkingen. Verschillende initiatieven zijn gestart om grip te krijgen op de kosten van deze parameters.

Afbeelding 1: Cyclus herbruikbare verpakking



## Rol van de consument

Een systeem van herbruikbare verpakkingen wordt pas rendabel bij een hoog retourpercentage. Pilots laten zien dat dit mogelijk is, mits er prikkels voor consumenten zijn om de verpakking terug te sturen. Een statiegeldsysteem of opname in een loyaliteitsprogramma kunnen effectief zijn. Ook de presentatie en communicatie bij de check-out zijn belangrijk. De nabijheid van een inleverpunt maakt retourneren makkelijker.

## Vooruitblik

De eerste resultaten van experimenten met herbruikbare verpakkingen zijn bemoedigend, maar nog niet voldoende voor directe opschaling. Het verzamelen van data uit nieuwe pilots is noodzakelijk om parameters rondom het consumentenproces en de logistieke stappen te testen, en om de milieuvoordelen van herbruikbaar versus single-use beter te analyseren. Dit najaar bespreken we met het consortium de mogelijkheden van een grotere ketenpilot en de uitwerking van de wetgeving rondom herbruikbare verpakkingen.

# 1

## Inleiding

### 1.1 Aanleiding en doel

We winkelen steeds meer online, wat leidt tot een toename van verzendverpakkingen. In Nederland gebruiken we jaarlijks ongeveer 85 miljoen kilo verpakkingsmateriaal: 84,1 miljoen kilo kartonnen dozen en 0,8 miljoen kilo plastic verzendzakken<sup>1</sup>. Consumenten en de overheid stellen steeds meer eisen aan deze verpakkingen. Volgens 88% van de consumenten is het verminderen van verpakkingsmateriaal een belangrijke manier voor webshops om te verduurzamen<sup>2</sup>. De Nederlandse overheid streeft naar verduurzaming van verzendverpakkingen, zoals vastgelegd in het Nationaal Plan Circulaire Economie. Dit plan stelt dat herbruikbare verpakkingen de norm moeten zijn in 2050<sup>3</sup>. Ook op Europees niveau wordt regelgeving ontwikkeld om verpakkingen te verminderen en te verduurzamen via de Packaging and Packaging Waste Regulation, wat herbruikbare verpakkingen bevordert<sup>4</sup>.

De sector heeft al veel bereikt, maar herbruikbare verpakkingen zijn de volgende stap. Deze transitie moet leiden tot:

1. Een aanzienlijke vermindering van verpakkingsafval.
2. Verpakkingen met minder milieudruk.

Samenwerking in de sector is cruciaal voor een haalbaar en betaalbaar systeem. Er is een infrastructuur nodig voor retourlogistiek en eventuele reiniging en reparatie. Daarom hebben we het consortium Herbruikbaar Verpakken in de E-commerce gestart.

- 
1. 2022, Honig et al.
  2. 2023, Stakeholderwatch
  3. 2023, Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat
  4. 2024, European Parliament

### Doel Moonshot Project

Het doel van dit consortium is om ervaringen en inzichten van verschillende stakeholders te verzamelen. Op basis hiervan willen we de mogelijkheden van een ketenaanpak in kaart brengen. We schetsen een scenario dat dicht bij de huidige situatie blijft om de implementatie laagdrempelig te houden. Ook gaan we in op complexere scenario's die een langere implementatietijd nodig hebben.

## 1.2 Doelgroep & verwachte inzichten

Dit rapport is interessant voor de volgende stakeholders in de verpakkingsector:

- **Webshops:** De grootste gebruikers van verpakkingen. Hoewel verpakkingsvrij verzenden de voorkeur heeft, is een verzendverpakking vaak nodig ter bescherming van het product. Een herbruikbare verpakking is dan een interessant, circulair alternatief voor single-use verpakkingen..
- **Vervoerders:** Goede transportlogistiek is essentieel voor efficiënte retourlogistiek van herbruikbare verpakkingen.
- **Verpakkingsproducenten en Verpakkingsleveranciers:** Zonder productie geen verpakking.
- **Beleidsmedewerkers:** Naast de direct betrokken stakeholders is ondersteuning en begrip op beleidsniveau nodig.

Na het lezen van dit rapport hebben de bovengenoemde stakeholders antwoord op de volgende vragen:

- Hoe ziet de cyclus van een herbruikbare verpakking eruit?
- Wat is de rol van verschillende stakeholders?
- Wat kan ik doen om de transitie mogelijk te maken?

## 1.3 Opbouw Rapport

Het rapport begint met achtergrondinformatie, verzameld door kennis en ervaringen van consortiumdeelnemers, pilots en bestaande literatuur. Dit schept een eerste beeld van de huidige maatschappelijke context. Vervolgens wordt ingegaan op de verschillen tussen herbruikbare en single-use verpakkingen, met

een focus op proces, kosten en milieu-impact.

Daarna schetsen we het meest haalbare scenario, met als uitgangspunt om implementatie op korte termijn mogelijk te maken. Vervolgens zoomen we in op mogelijke efficiëntieslagen en verbeteringen voor de langere termijn.

Tot slot eindigt het rapport met een conclusie en advies over de mogelijkheden op korte termijn en de aanpassingen die nodig zijn op langere termijn. We maken concreet wat elke stakeholder kan doen om de transitie naar herbruikbare verpakkingen in gang te zetten.

**“In 2050 worden voor verpakkingen aanzienlijk minder primaire grondstoffen gebruikt. Herbruikbare verpakkingen zijn de norm.”**

Nationaal Programma Circulaire Economie 2023-2030

# 2

## Achtergrond

### 2.1 Maatschappelijke context

We winkelen steeds meer online. In 2023 was het totaalbedrag aan online bestedingen in Nederland ongeveer 34,7 miljard euro<sup>5</sup>. Dagelijks worden in Nederland circa 2 miljoen pakketten verzonden<sup>6</sup>. Deze groei in online aankopen leidt ook tot een toename in verzendverpakkingen. Volgens Recycling Netwerk Benelux wordt jaarlijks zo'n 85 miljoen kilo verpakkingsmateriaal in Nederland gebruikt<sup>7</sup>. Dit zorgt voor een grote afvalstroom en bijplaatsingen bij afvalcontainers, wat een bron van zwerfafval kan zijn. Deze bijplaatsingen leveren extra werk en kosten op voor de gemeente of inzameldienst. Het merendeel van de consumenten [88%] ziet vermindering van verpakkingsmateriaal dan ook als een belangrijke verduurzamingsstap voor webshops<sup>8</sup>.

Grafiek 1: Verpakkingsmateriaal (miljoen kilo's)

■ Karton [84,1] ■ Plastic [0,8]



### Politieke ontwikkelingen

Het produceren van eenmalige verpakkingen op grote schaal is niet houdbaar voor de toekomst. De Nederlandse overheid erkent dit in het Nationaal Plan Circulaire Economie, waarin staat dat herbruikbare verpakkingen de norm moeten worden. Verpakkingen in de e-commerce worden in dit plan expliciet genoemd<sup>9</sup>.

5. 2024, GfK

6. ACM Post- en pakketmonitor

7. 2022, Honig et al.

8. 2023, Stakeholderwatch

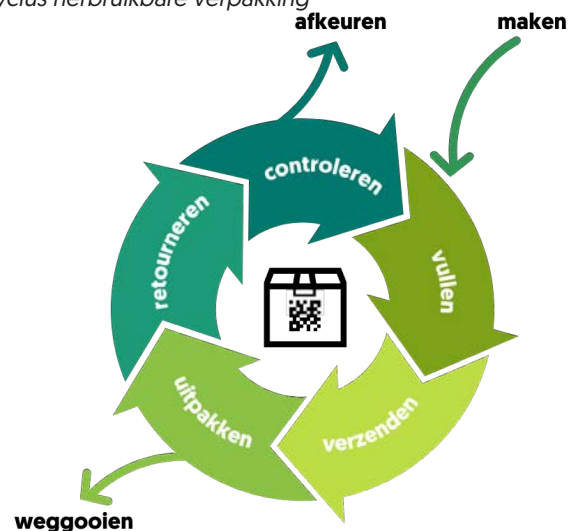
9. 2023, Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat

Ook de Europese Commissie wil single-use verpakkingen beperken via de Packaging and Packaging Waste Regulation [PPWR]<sup>10</sup>. Deze regelgeving stelt doelen voor de e-commercesector, onder andere om richting herbruikbare verpakkingen te bewegen. Het voorstel is recent aangepast, waardoor sommige doelen zijn aangescherpt en andere versoepeld. Waar de oorspronkelijke plannen uitgingen van 5% herbruikbare verpakkingen van het totaal aan kartonnen en plastic verpakkingen per 2030, richt men zich nu op een percentage herbruikbare verpakkingen als alternatief voor single-use plastic. Karton lijkt uitgesloten van deze doelstelling. Het uiteindelijke voorstel wordt medio 2024 verwacht.

### Ontwikkelingen binnen de sector

In gesprek met haar leden, merkt Thuiswinkel.org dat herbruikbare verpakkingen als een kansrijke manier worden gezien om de sector te verduurzamen. Hoewel herbruikbare verpakkingen momenteel een niche zijn, willen we bewegen naar brede omarming in de markt. Samenwerking in de sector is cruciaal voor een haalbaar en betaalbaar systeem. Er is een infrastructuur nodig voor retourlogistiek en eventuele reiniging en reparatie. Dit vereist een ketenaanpak van webwinkels, verpakkingssleveranciers en vervoerders.

Afbeelding 1: Cyclus herbruikbare verpakking



10. 2024, European Parliament

## 2.2 Cyclus herbruikbare verpakking

Om goed in kaart te brengen wat er nodig is om een herbruikbare verpakking te realiseren, brengen we eerst de cyclus van de verpakking in kaart. Dat ziet er als volgt uit:

	Herbruikbare verpakking wordt...	Toelichting
1	... gemaakt	De herbruikbare verpakking wordt gemaakt door de verpakkingproducent.
2	... gevuld	De verpakking wordt gevuld met de producten die de desbetreffende webshops wil versturen.
3	... verzonden	Het pakket wordt verzonden. De verpakking gaat van het magazijn naar de vervoerder. De vervoerder brengt het pakket naar de consument.
4	... uitgepakt	Eenmaal bij de consument wordt de verpakking uitgepakt. Na het uitpakken retourneert de consument de verpakking zo spoedig mogelijk. Dit is echter niet altijd het geval.
5	... geretourneerd	De lege herbruikbare verpakking wordt geretourneerd. Wanneer tevens een product wordt geretourneerd, wordt de herbruikbare verpakking inclusief retour product ingeleverd. Om de verpakking opnieuw te kunnen gebruiken, moet deze weer vanaf de consument retour komen bij het magazijn van de webshop.
6	... gecontroleerd	In het verzend- en retourproces kan de verpakking beschadigd of vervuild raken. Een controleslag, eventueel gevolgd door reparatie of schoonmaak is nodig om de verpakking opnieuw het proces in te brengen. Het verwijderen van de adresgegevens van de vorige ontvanger is standaardonderdeel van deze stap.
7	... opnieuw gebruikt	Na controle en eventuele reiniging is de verpakking weer geschikt om als nieuw te gebruiken. Het proces wordt weer opgepakt vanaf het vullen van de verpakking.

Om de cyclus van herbruikbare verpakkingen succesvol te maken, is traceerbaarheid essentieel. Traceerbaarheid maakt het mogelijk om verpakkingen op verschillende locaties te retourneren. Het moet altijd duidelijk zijn waar de verpakking zich bevindt en welke vervolgstap nodig is. Dit kan variëren van een herinnering sturen naar een klant die de verpakking nog heeft, tot een opdracht geven aan een reparateur. Hiervoor is een data-infrastructuur nodig op basis van track & trace.

### 2.3 Analyse milieu-impact

Een aantal parameters is bepalend om de milieu-impact van herbruikbare verpakkingen te bepalen. Op productniveau (de verpakking zelf) spelen de volgende aspecten mee:

- **Materiaalkeuze:** De grootste impact van een product zit vaak in het maakproces. Het productieproces en de keuze voor materialen bepalen in hoge mate de milieu-impact.
- **Technische levensduur:** Hoe langer een verpakking gebruikt kan worden, hoe lager de impact over tijd wordt vergeleken met een single-use verpakking. Het aantal mogelijke rotaties hangt sterk samen met de kwaliteit en sterkte van het materiaal.

Op systeemniveau (het logistieke proces) zijn de volgende aspecten van belang:

- **Retourpercentage:** Een verpakking met een hoge rotatie-mogelijkheid moet ook daadwerkelijk retour komen om optimaal benut te worden.
- **Doorlooptijd:** De doorlooptijd bepaalt hoe snel een herbruikbare verpakking retour komt en opnieuw ingezet kan worden. De doorlooptijd heeft invloed op het aantal herbruikbare verpakkingen dat in een systeem nodig is.

Op basis van bestaande verpakkingsinitiatieven en gedane pilots (zie bijlage I) kunnen we over deze parameters het volgende zeggen:

- **Materiaalkeuze:** Op dit moment is kunststof het meest gekozen materiaal. We zien zowel virgin als (deels) gerecycled materiaal. In mindere mate zien we karton en (gerecycled) textiel.

- **Technische levensduur:** Bij de onderzochte initiatieven wordt een reikwijdte van 10 tot 1.000 rotaties aangegeven.
- **Retourpercentage:** Het retourpercentage is sterk afhankelijk van de bereidheid van consumenten. Uit de pilots blijkt dat het retourpercentage gemiddeld hoger ligt bij gebruik van statiegeld. Voor meer informatie, zie bijlage 1.
- **Doorlooptijd:** Ook de doorlooptijd wordt sterk bepaald door de consument. Webshops kunnen dit beïnvloeden met verschillende prikkels.

Wanneer deze parameters bekend zijn, kan een analyse van de milieu-impact gedaan worden. Het Kennisinstituut Duurzaam Verpakken (KIDV, onderdeel van Verpact) heeft een rekentool ontwikkeld om de milieu-impact van herbruikbare verpakkingen te berekenen<sup>11</sup>. In deze tool zijn de genoemde parameters opgenomen. Op dit moment is het een algemene tool, de ambitie is om deze medio 2024 te finetunen voor de e-commercesector.

Op dit moment is het lastig om concrete conclusies te trekken over de milieu-impact van herbruikbare verpakkingen. De rekentool, in combinatie met meer praktijkervaring uit pilots, is nodig om te bepalen onder welke voorwaarden herbruikbare verpakkingen een positieve milieu-impact hebben in vergelijking met single-use verpakkingen. Dit kan een onderzoeksdoelstelling zijn voor een eventueel vervolgtraject.

---

11. KIDV Rekentool





In de huidige single-use situatie komt een deel van de verpakkingen sowieso al retour, bijvoorbeeld wanneer een klant een product retourneert. Productcategorieën met hoge retourpercentages, zoals schoenen en fashion, vormen een interessante logistieke stroom om mee te testen en te starten met het opschalen van herbruikbare verpakkingen.



“In 2023 hebben we een pilot uitgevoerd met herbruikbare verpakkingen voor C2C zendingen en daaruit blijkt dat veel consumenten bereid zijn om te kiezen voor een meer duurzame verzending.”

Fabricio de Jonge  
DPD



## 2.4 Analyse kostenstructuur

Een belangrijke succesfactor voor implementatie van een systeem van herbruikbare verpakkingen zijn de kosten voor de webshop. Bij de analyse van de kostenstructuur nemen we de cyclus van de herbruikbare verpakking als uitgangspunt. De kostenschattting is gebaseerd op input van de deelnemers van het consortium. Vervolgens worden deze in perspectief gezet ten opzichte van de huidige situatie. Zo wordt duidelijk welke veranderingen optreden door deze transitie.

	Herbruikbare verpakking wordt...	Specificatie van kosten	Kostenschattting (per verpakking)
1	... gemaakt	Webshop: inkoopkosten voor de verpakking. Deze is afhankelijk van verschillende factoren zoals de bestelhoeveelheid, maatvoering, materiaalkeuze en productielocatie.	€ 2,00 – 15,00*
2	... gevuld	Warehouse: handlingskosten voor inpakken. Op dit moment is dat handmatig inpakken, maar de verwachting is dat dit op termijn ook machinaal kan.	€ 1,00 – 3,00
3	... verzonden	Vervoerder: transportkosten. Deze zijn afhankelijk van het pakketgewicht en prijsafspraken tussen de webshop en vervoerder.	€ 3,00 – 8,00**
4	... uitgepakt	Consument pakt uit.	€ 0,00
5	... geretourneerd	Vervoerder: transportkosten. Deze zijn afhankelijk van het pakketgewicht en retourmethode. Retourneren van centraal ingezamelde verpakkingen is kostenefficiënter dan individuele retouren.	€ 0,50 – 8,00
6	... gecontroleerd	Warehouse of externe locatie: handlingskosten voor controle en eventuele reiniging en/of reparatie. Inclusief verwijderen van adresgegevens. In het geval van een externe locatie is er een extra transportstroom met bijbehorende extra kosten.	€ 0,05 – €1,00
7	... opnieuw gebruikt	Elke keer dat de verpakking opnieuw gebruikt kan worden, begint de cyclus weer bij stap 2.	

\*Bijvoorbeeld een hoge bestelhoeveelheid van een gangbaar materiaal en eenvoudig model ligt rond de €2,-. Terwijl een kleinschalige oplage van gerecycled materiaal en lokale productie richting de €15,- gaat.

\*\* Lichte pakketten met een hoog aantal pakketten per dag zorgt voor gunstigere afspraken dan grote, zware pakketten in kleine hoeveelheden.

Zoals bovenstaande overzicht laat zien, kunnen de kosten erg uiteenlopen afhankelijk van verschillende factoren. Dit maakt uiteenlopende scenario's mogelijk. Om een aantal scenario's te schetsen, gebruiken we de volgende berekening:

$$\text{Kosten herbruikbare verpakking} = [1 \times \text{inkoopprijs}] + [\text{aantal rotaties} \times \text{retourkosten}] + [\text{aantal rotaties} \times \text{controlekosten}]$$

Visueel ziet dat er als volgt uit:

$$\begin{array}{r} 1 \times \text{Inkoopprijs} \\ \text{Aantal rotaties} \times \text{Retourkosten} \\ \text{Aantal rotaties} \times \text{Controlekosten} \quad + \\ \hline \text{Kosten herbruikbare verpakking} \end{array}$$

Hier wordt duidelijk dat de inkoopprijs het startpunt van de kosten bepaald en dat de toename van de kosten wordt bepaald door de retour- en controlekosten.

Om dit te vergelijken met de kosten voor single-use verpakkingen, schetsen we drie scenario's. In deze vergelijking houden we twee variabelen buiten beschouwing, omdat deze kosten niet afhankelijk zijn van de soort verpakking: handelingskosten voor het vullen en transportkosten voor de heenreis.

**Scenario 1** – Zowel inkoopprijs, retourkosten en controlekosten zijn de meest gunstige die we tot nu toe hebben gevonden in de praktijk.

**Scenario 2** – We gaan uit van een hoge inkoopprijs en houden de retour- en controlekosten zo gunstig mogelijk.

**Scenario 3** – We rekenen met de meest gunstige inkoopprijs, terwijl de retour- en controlekosten hoog uitvallen.

Single-use verpakking wordt...	Plastic	Karton
... gemaakt <sup>12</sup>	€ 0,12	€ 0,68
... gevuld	€ -,--	€ -,--
... verzonden	€ -,--	€ -,--
... uitgepakt	€ -,--	€ -,--
... afgedankt <sup>13</sup>	€ 0,02	€ 0,01

Totaal	1 rotatie	€ 0,14	€ 0,69
	15 rotaties	€ 2,10	€ 10,35
	30 rotaties	€ 4,20	€ 20,70
	45 rotaties	€ 6,30	€ 31,05

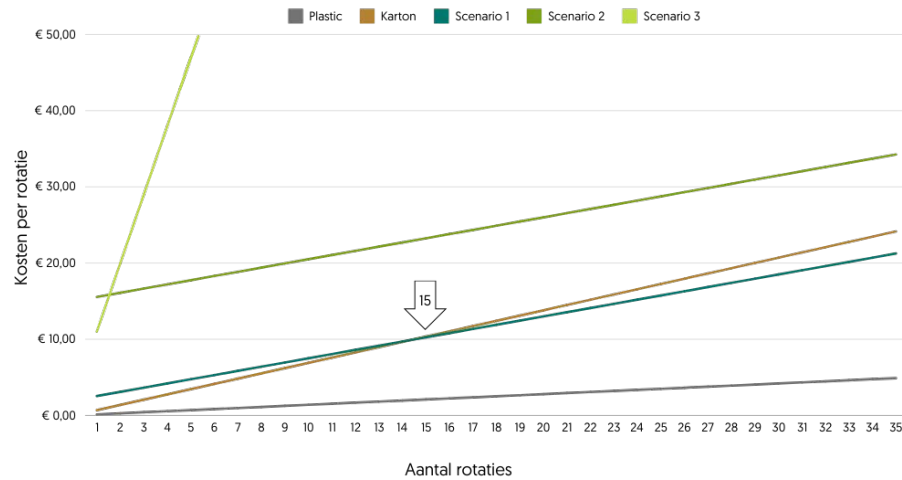
Herbruikbare verpakking wordt...	Scenario 1	Scenario 2	Scenario 3
... gemaakt	€ 2,00	€ 15,00	€ 2,00
... gevuld	€ -,--	€ -,--	€ -,--
... verzonden	€ -,--	€ -,--	€ -,--
... uitgepakt	€ -,--	€ -,--	€ -,--
... geretourneerd	€ 0,50	€ 0,50	€ 8,00
... gecontroleerd (evt. gereinigd, rerepareerd)	€ 0,05	€ 0,05	€ 1,00
... opnieuw gebruikt	€ -,--	€ -,--	€ -,--

Totaal	1 rotatie	€ 2,55	€ 15,55	€ 11,00
	15 rotaties	€ 10,25	€ 23,25	€ 137,00
	30 rotaties	€ 18,50	€ 31,50	€ 272,00
	45 rotaties	€ 26,75	€ 39,75	€ 407,00

12. De prijzen van verpakkingen lopen breed uiteen. De prijs hangt af van materiaal, maat en hoeveelheid. Op basis van online aanbieders van single-use plasticzakken, rekenen we voor plastic zakken €0,12 per stuk. Op basis van navraag in de sector rekenen we karton met een range van €0,35 tot €1,00, en daarmee gemiddeld een prijs van €0,68.

13. Op basis van tarieven Afvalbeheerbijdrage: <https://www.verpact.nl/nl/tarieven>. Met de aanname dat een plastic verzendzak ongeveer 12 gram weegt, en een kartonnen doos ongeveer 400 gram.

Grafiek 2: Kosten herbruikbare- versus single-use verpakkingen



De geschetste scenario's maken een aantal dingen inzichtelijk:

- In de huidige situatie zijn de initiatieven en systemen die de laagste kosten hebben, nu al interessant om met single-use karton te concurreren. In dit rekenvoorbeeld is het na 15 rotaties financieel voordeliger (scenario 1).
- De hoogte van de inkoopprijs van de verpakking bepaalt hoeveel rotaties nodig zijn om de verpakking financieel voordeliger te maken dan single-use (scenario 1 en 2).
  - » Zoals scenario 2 laat zien, bij een hoge inkoopprijs, is een hoger het aantal rotaties nodig om het financieel haalbaar te maken. Dit kan ondervangen worden door statiegeld. Als er statiegeld wordt geheven en de verpakking gaat niet retour, wordt de inkoopprijs gedekt met het niet-geretourneerde statiegeld.
- De kosten per rotatie worden sterk beïnvloed door de retour- en controlekosten. Wanneer deze te hoog zijn, is het onmogelijk om met single-use verpakkingen te concurreren (scenario 3).
- De kosten voor een single-use plastic verpakking zijn dusdanig laag op dit moment, dat herbruikbare verpakkingen hiermee nog niet kunnen concurreren.



In deze scenario's wordt nog niet zichtbaar hoe variabelen zoals inkoopprijs en aantal rotaties beïnvloed kunnen worden. Hoofdstuk 3, het plan van aanpak, gaat hier verder op in. Daar wordt ingezoomd op bijvoorbeeld kostenreductie en optimalisatie van het aantal rotaties. Ook zal in het plan van aanpak duidelijk worden dat ketensamenwerking nodig is om de meest gunstige scenario's mogelijk te maken.

## 2.5 Data uit de praktijk

Er is op dit moment nog weinig data uit de praktijk beschikbaar die specifiek is toegespitst op de e-commercesector. Na onderzoek hebben we zeven pilots gevonden, waarvan de details in bijlage I staan.

Wat we kunnen leren van deze praktijkvoorbeelden is het volgende:

### 1. Hoge retourpercentages zijn haalbaar mits consumenten voldoende gemotiveerd worden:

- Het retourpercentage is over het algemeen hoger wanneer consumenten zelf mogen kiezen om deel te nemen aan de pilot. Bijvoorbeeld door de consument in de check-out te laten kiezen voor de soort verpakking (herbruikbaar of single-use). Dit filtert consumenten die interesse hebben om deel te nemen.
- Het toevoegen van een positieve of negatieve consequentie leidt tot hogere retourpercentages. Voorbeelden hiervan zijn korting op een toekomstige aankoop (positief) of het niet terugkrijgen van statiegeld (negatief).
- Veel pilots zijn uitgevoerd met webshops die een milieubewust klantenbestand hebben. Hier zie je een hogere bereidheid om actief deel te nemen aan een efficiënt en werkbaar retourproces. Meer praktijkervaring met een gevarieerdere doelgroep is daarom noodzakelijk.

### 2. Analyses focussen vooral op het proces richting de klant:

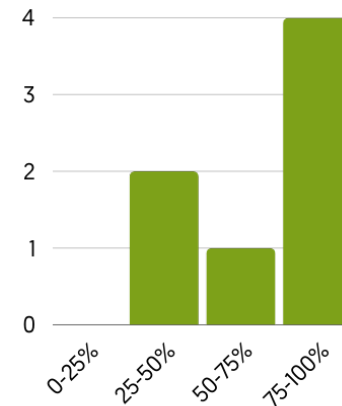
- Het meten van effecten in het magazijn gebeurt nauwelijks. Daar waar het wel is meegenomen in de pilot, blijkt dat verpakkingen gebruiksvriendelijk ontworpen moeten zijn om de handlingskosten van single-use verpakkingen in het magazijn te evenaren.

### 3. Looptijd van pilots:

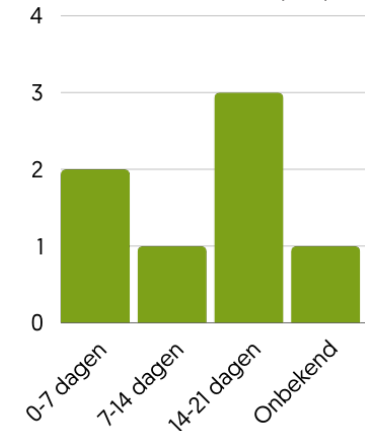
- De gemiddelde looptijd van de pilots was zo'n 10 weken. Dit geeft een goed beeld van de potentie van een retoursysteem, maar is niet voldoende om

een hoog aantal rotaties per verpakking te testen. Ervaring met het minimum aantal rotaties om financieel voordeliger uit te zijn dan bij single-use (15 of meer rotaties) zijn in deze praktijkvoorbeelden nog niet getest. Ook de technische levensduur heeft zich nog niet in de praktijk kunnen bewijzen.

Grafiek 3: Retourpercentage per pilot (N=7)



Grafiek 4: Retoursnelheid per pilot (N=7)



**“De consument speelt een doorslaggevende rol bij het succes van herbruikbare verpakkingen. Gemak en (financiële) prikkels zijn daarbij van belang.”**



# 3

## Plan van aanpak

### 3.1 Scenario's

Op basis van de bovenstaande context en analyses, doorlopen we nogmaals de eerdergenoemde verpakkingscyclus. Per stap in de cyclus, zijn soms meerdere opties mogelijk. De meest gangbare opties worden uitgelicht, als bouwstenen om scenario's te bouwen die bij de huidige praktijk blijven.

#### De verpakking wordt gemaakt door de verpakingsproducent.

Optie 1	Optie 2
De verpakking wordt in standaardmaten gemaakt door de producent. Relatief kleine webshops kopen standaardmaten in. Qua uiterlijk kunnen deze verpakkingen neutraal zijn (white-label) of branded in de huisstijl.	Grotere webshops laten op maat gemaakte verpakkingen produceren die passend zijn bij hun assortiment, al dan niet in de eigen huisstijl.

#### De verpakking wordt gevuld met de te verzenden producten, dit gebeurt in het magazijn. Op dit moment zijn herbruikbare verpakkingen alleen geschikt voor handmatig inpakken, op termijn zullen er voor automatisch verpakken ook zeker kansen zijn. Op basis van kennis in het consortium weten we dat voor grote webshops +/- 30 tot 40% handmatig ingepakt wordt.

Optie 1	Optie 2
De webshop werkt samen met een extern magazijn. Het magazijn en de webshop spreken onderling af welke mogelijkheden er zijn, tegen welke prijs.	De webshop heeft een eigen magazijn.

<b>De verpakking wordt verzonden.</b>	
<i>Optie 1</i>	<i>Optie 2</i>
De webshop werkt samen met een of meerdere externe vervoerders. De vervoerder rekent verzendkosten per pakket, veelal op basis van gewicht.	De webshop heeft eigen vervoer.

<b>De verpakking komt bij de consument. Wat de consument vervolgens doet, is een van de cruciale processtappen om retourneren en hergebruik succesvol te laten zijn.</b>		
<i>Optie 1</i>	<i>Optie 2</i>	<i>Optie 3</i>
De verpakking wordt geretourneerd om (een deel van) de bestelde producten te retourneren.	De verpakking wordt leeg geretourneerd.	In de minst ideale situatie wordt de verpakking niet geretourneerd. Bijvoorbeeld omdat deze wordt gebruikt voor privé-doeleinden of omdat de verpakking wordt weggegooid.

<b>De verpakking wordt geretourneerd.</b>	
<i>Optie 1</i>	<i>Optie 2</i>
De consument brengt de verpakking naar een inleverpunt. Dit kan een pakketpunt zijn, een brievenbus of een pakketautomaat.	De verpakking wordt opgehaald aan huis, geïnspireerd op of als onderdeel van bestaande processen, zoals online supermarkten die PET-flessen ophalen en de retour-aan-huis-service van PostNL.

<b>De verpakking wordt gecontroleerd, indien nodig wordt deze gereinigd en gerepareerd.</b>	
<i>Optie 1</i>	<i>Optie 2</i>
Decentraal: dit betekent dat de verpakking rechtstreeks naar het magazijn van de webshop retour gaat en daar de controle plaatsvindt.	Centraal: dit betekent dat alle verpakkingen eerst naar een externe locatie gaan voor controle en eventuele schoonmaak en reparatie. Daarna gaan ze retour naar het magazijn om opnieuw gebruikt te worden.

<b>De verpakking wordt opnieuw gebruikt.</b>	
<i>Optie 1</i>	<i>Optie 2</i>
Wanneer de verpakking decentraal wordt gecontroleerd – in het eigen magazijn – dan kan deze direct na die stap weer opnieuw gebruikt worden.	Wanneer de verpakking op een externe locatie wordt gecontroleerd, dan is er een extra transportstroom nodig en extra tijd, om de verpakking terug bij het magazijn te krijgen.

### 3.2 Voorstel voor opschaling en financiering

Om herbruikbare verpakkingen financieel haalbaar en schaalbaar te maken, moeten de prijzen van herbruikbare verpakkingen concurreren met die van single-use verpakkingen. Op termijn zouden herbruikbare verpakkingen een financieel aantrekkelijk alternatief moeten zijn.

Door de recente ontwikkelingen in Europese wetgeving, wordt de regelgeving rondom single-use e-commerceverpakkingen aangescherpt via de Packaging and Packaging Waste Regulation (PPWR). In het huidige voorstel worden single-use plastic verpakkingen verminderd, terwijl single-use karton nog wel gebruikt mag worden. Het afschalen van single-use plastic verpakkingen de komende jaren biedt een kans om herbruikbare verpakkingen als alternatief aan te bieden.

Echter, zoals in hoofdstuk 2.4 is besproken, zijn de kosten van herbruikbare verpakkingen nu nog zo hoog dat single-use karton vaak de voorkeur heeft. Herbruikbare verpakkingen moeten zichzelf nog bewijzen op het gebied van levensduur, en het proces van retourneren en controleren is momenteel nog kostbaar.

Er zijn verschillende manieren om de opschaling van herbruikbare verpakkingen mogelijk te maken, zowel op het niveau van ketensamenwerking als op politiek niveau:

- 1. Ketensamenwerking:** Samenwerking tussen webwinkels, verpakkingsleveranciers en vervoerders is cruciaal om kosten te delen en processen te optimaliseren.
- 2. Politiek niveau:** Beleidsmakers kunnen prikkels en subsidies bieden om de transitie naar herbruikbare verpakkingen te ondersteunen en regelgeving aanpassen om het gebruik van single-use verpakkingen verder te beperken.

Door deze aanpakken te combineren, kunnen we de opschaling van herbruikbare verpakkingen versnellen en hun financiële haalbaarheid verbeteren.





### Controleren

In de keten:

- Kies voor verpakkingen die geschikt zijn voor reparatie

In de politiek:

- Kies voor verpakkingen die geschikt zijn voor reparatie

### Maken

In de keten:

- Doorontwikkelen van verpakkingen die zich bewijzen in de praktijk, onder andere:
  - » Gebruiksvriendelijk voor magazijn en klant.
  - » Passend bij de wensen van webshops, white-label én branded.
  - » Levensduuroptimalisatie en geschikt voor reparatie

In de politiek:

- Heffing op inkoop van single-use.
- Afvalbijdrage van single use verhogen ten gunste van herbruikbare verpakkingen.

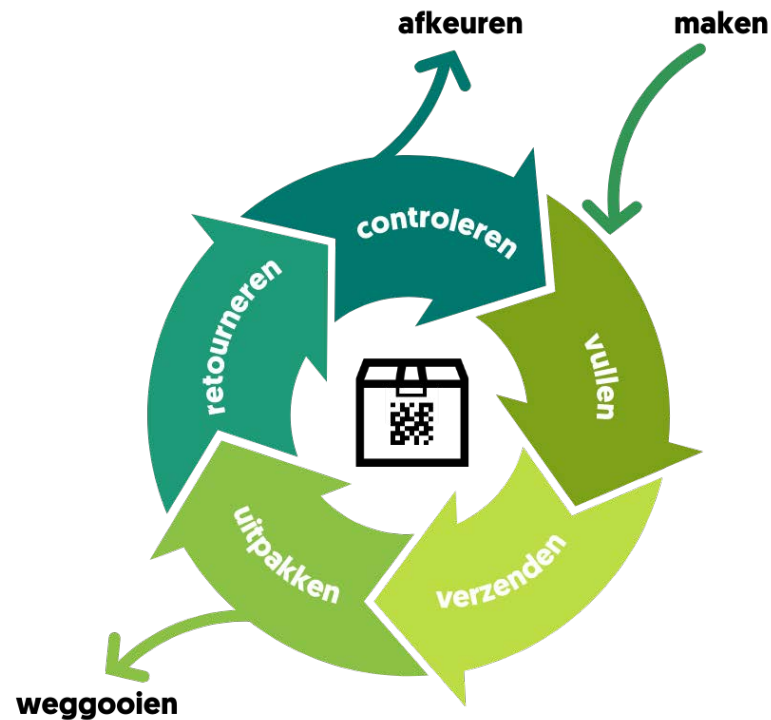
### Retourneren

In de keten:

- Verlaag retourkosten door samenwerking
- Verhoog het retourpercentage door:
  - » Voldoende en toegankelijke retourlocaties
  - » Consumenten informeren, aan de hand nemen in deze transitie. Bijvoorbeeld in de check-out, op de verpakking zelf, via campagnes.
  - » Consumenten motiveren, bijvoorbeeld voor statiegeld of andere prikkels.

In de politiek:

- Campagne om retourneren het nieuwe normaal te maken.



### Vullen

In de keten:

- Kies voor verpakkingen die gebruiksvriendelijk zijn bij handmatig inpakken, voor optimale handeling en lange levensduur.
- Op termijn: inpakmachines geschikt maken voor herbruikbare varianten.

### Verzenden

In de keten:

- Herzien van kostenbepaling op basis van gewicht, gezien herbruikbaar zwaarder is dan single-use.

# 4

## Conclusie

De transitie naar herbruikbare verpakkingen moet twee belangrijke resultaten opleveren: een aanzienlijke vermindering van verpakkingsafval en verpakkingen met minder milieudruk. Met een technische levensduur van gemiddeld 200 gebruiksmomenten kan, in theorie, één herbruikbare verpakking 199 single-use verpakkingen vervangen. Er zijn vier factoren die bepalend zijn voor de milieudruk van herbruikbare verpakkingen: het materiaalgebruik, de technische levensduur, het retourpercentage en de doorlooptijd. Deze factoren spelen een cruciale rol in het beoordelen van de duurzaamheid van herbruikbare verpakkingen.

Op dit moment zijn er echter twee knelpunten:

1. Het prijsverschil tussen single-use en herbruikbare verpakkingen:
  - vergeleken met single-use, ligt de inkoopprijs van een herbruikbare verpakking hoger, waardoor een minimum aantal rotaties per verpakking nodig is om te kunnen concurreren op prijs. Tot nu toe hebben de meeste pilots niet lang genoeg gedraaid om dit te kunnen aantonen.
  - het verhogen van de efficiency van het proces van retourneren en controle is noodzakelijk, zodat het herbruikbare proces aantrekkelijker wordt dan het eenmalige proces. Hiervoor is samenwerking nodig tussen vervoerders, verpakkers en webshops, inclusief begrip van en begrip voor elkaars rol in het proces.
2. De veranderende wet- en regelgeving vanuit Europa: de eerder genoemde Packaging and Packaging Waste Regulation (PPWR). Waar deze wetgeving eerst nog álle single-use verpakkingen aan banden leek te leggen, spitst deze zich nu voornamelijk toe op reductie van single-use plastic. Single-use karton lijkt buiten de wetgeving te vallen, wat de prikkel voor substitutie van karton verminderd. In de loop van 2024 zal duidelijk worden wat de uiteindelijke wetgeving wordt.

Het consortium bestaat uit partijen met een grote interesse in herbruikbare verpakkingen, maar we weten dat dit geen gemiddelde afspiegeling van de sector is. Uit de praktijk blijkt dat de kosten voor het herbruikbare systeem sterk uiteenlopen. Alleen het meest gunstige scenario kan momenteel concurreren met single-use karton. Dit scenario omvat lage kosten voor zowel de initiële verpakking als voor het retourneren en controleren. Als deze prijzen niet haalbaar zijn, is het waarschijnlijk dat de hogere kosten, in combinatie met de voorgestelde wetgeving, zullen leiden tot een verschuiving van single-use plastic naar single-use karton zonder de overgang naar herbruikbare verpakkingen te stimuleren.

Er is dus voldoende reden om verder te werken aan het kostenefficiënt maken van herbruikbare verpakkingen. De eerste stappen zijn al gezet: er is een groei in het aanbod van herbruikbare verpakkingen, er is samenwerking tussen verschillende stakeholders in het verpakkings- en verzendingsproces, en webshops hebben pilots uitgevoerd of staan hiervoor open. Het opschalen van deze samenwerkingen en pilots is essentieel om de transitie te bevorderen. Naast de praktische uitvoering van pilots is het delen van ervaringen cruciaal. Door van elkaar te leren en samen te werken in plaats van alleen te opereren, wordt opschaling mogelijk. Daarom blijft het consortium regelmatig bijeenkomen.

Vraagstukken die in komende tijd door middel van pilots beantwoord moeten worden, zijn voornamelijk:

- Hoe zorgen we voor optimalisatie van het retourpercentage?
- Hoe organiseren we een kostenefficiënte retourlogistiek?
- Hoe richten we controle, reiniging en reparatie zo efficiënt mogelijk in?

Met deze conclusie en om antwoord te kunnen geven op deze vragen, is de belofte van het consortium als volgt:

In het najaar van 2024 komt het consortium opnieuw bij elkaar om de voortgang te bespreken van nieuwe pilots en marktintroductions, alsmede de ontwikkelingen rondom wetgeving. Ook bespreken we de mogelijkheden om met enkele



ketenpartijen gezamenlijk 1 à 2 grotere en meer langdurige pilots in te richten, waarin meerdere proces- en consumenten variabelen kunnen worden getest.

Daarnaast bundelen we de data die we tot nu toe verzameld hebben uit pilots en andere praktijkcases, door onszelf en vanuit literatuur. We maken deze openbaar beschikbaar. Zie bijlage I voor de eerste versie. Wanneer consortium-partijen in de loop van de tijd nieuwe praktijkervaring opdoen, wordt dit (geanonimiseerd) toegevoegd aan het overzicht. Dit overzichtsdokument krijgt een periodieke update, te beginnen in het eerste kwartaal van 2025.

# Referenties

1. 2022, Honig B., Potting J., van Daele E, Hoeveelheid en milieudruk van verzendmaterialen voor post en pakketten voor consumenten (P.3), <https://recyclingnetwerk.org/wp-content/uploads/2022/02/RNB-Hoeveelheid-en-milieudruk-van-verzendmaterialen-voor-post-en-pakketten-voor-consumenten.pdf>
2. 2023, Stakeholderwatch, Thuiswinkel Duurzaamheid Monitor (P.13), <https://www.thuiswinkel.org/nieuws/consument-wil-duurzaam-online-winkelen-maar-weet-niet-hoe/>
3. 2023, Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat, Nationaal Programma Circulaire Economie 2023-2030 (P.78), <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/beleidsnotas/2023/02/03/nationaal-programma-circulaire-economie-2023-2030>
4. 2024, European Parliament, Revision of the Packaging and Packaging Waste Directive, [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2023/745707/EPRS\\_BRI\(2023\)745707\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2023/745707/EPRS_BRI(2023)745707_EN.pdf)
5. 2024, GfK, Thuiswinkel Markt Monitor FY 2023 volledig rapport (P.3), <https://www.thuiswinkel.org/kennisbank/downloads/thuiswinkel-markt-monitor-2023/>
6. ACM Post- en pakketmonitor, <https://public.tableau.com/app/profile/autoriteit.consument.en.markt/viz/Post-enpakketmonitor/OVER> (som van pakketten en brievenbuspakjes gedeeld door 365. Website geraadpleegd: juni 2024)
7. 2022, Honig B., Potting J., van Daele E, Hoeveelheid en milieudruk van verzendmaterialen voor post en pakketten voor consumenten (P.3), <https://recyclingnetwerk.org/wp-content/uploads/2022/02/RNB-Hoeveelheid-en-milieudruk-van-verzendmaterialen-voor-post-en-pakketten-voor-consumenten.pdf>
8. 2023, Stakeholderwatch, Thuiswinkel Duurzaamheid Monitor (P.13), <https://www.thuiswinkel.org/nieuws/consument-wil-duurzaam-online-winkelen-maar-weet-niet-hoe/>
9. 2023, Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat, Nationaal Programma Circulaire Economie 2023-2030 (P.80), <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/beleidsnotas/2023/02/03/nationaal-programma-circulaire-economie-2023-2030>
10. 2024, European Parliament, Revision of the Packaging and Packaging Waste Directive, [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2023/745707/EPRS\\_BRI\(2023\)745707\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2023/745707/EPRS_BRI(2023)745707_EN.pdf)
11. KIDV Rekentool: <https://kidv.nl/kidv-rekentool-voor-co2-impact-van-herbruikbare-verpakkingen> (Website geraadpleegd: juni 2024)
12. Nvt.
13. Nvt.
14. 2022, Mission Reuse, Overzicht Innovaties, <https://missionreuse.com/wp-content/uploads/2022/02/Overzicht-innovaties-Nederlands.pdf> (Website geraadpleegd: juni 2024)



**“De toekomst van verzenden is hier,  
en het is verrassend groen!”**

**Minke Terwel**  
Atelier Revive

**“De gesprekken  
binnen het consortium  
bevestigden dat herbruikbare  
verzendingverpakkingen op schaal  
in Nederland alleen succesvol  
kan worden met een universeel  
retoursysteem. Wanneer we net als  
grote biermerken samenwerken op 1  
netwerk blijft het inleveren voor de  
consument overzichtelijk.”**

**Lucas Hullegie**  
Boxo

**“Het samen nadenken over de  
uitdagingen die herbruikbaar  
verpakken met zich meebrengt was  
erg waardevol. Ieders belangen en  
overwegingen kwamen op tafel, dan  
kun je stappen zetten.”**

**Simone Geerts**  
DPD

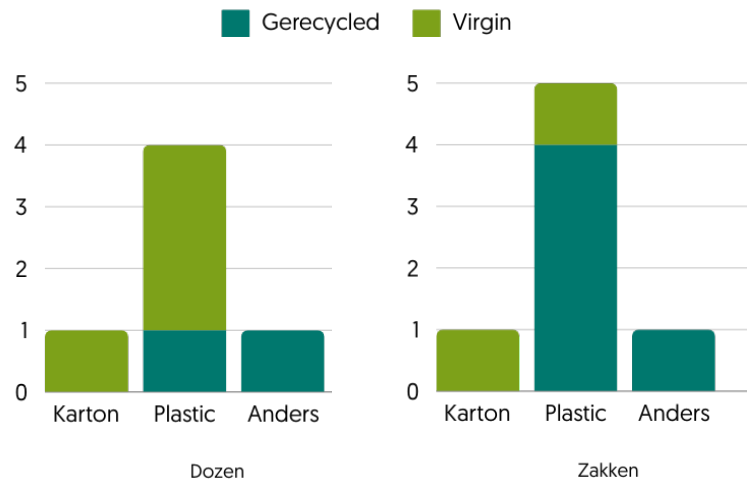
# Bijlagen

## I: Gebundelde data uit de praktijk

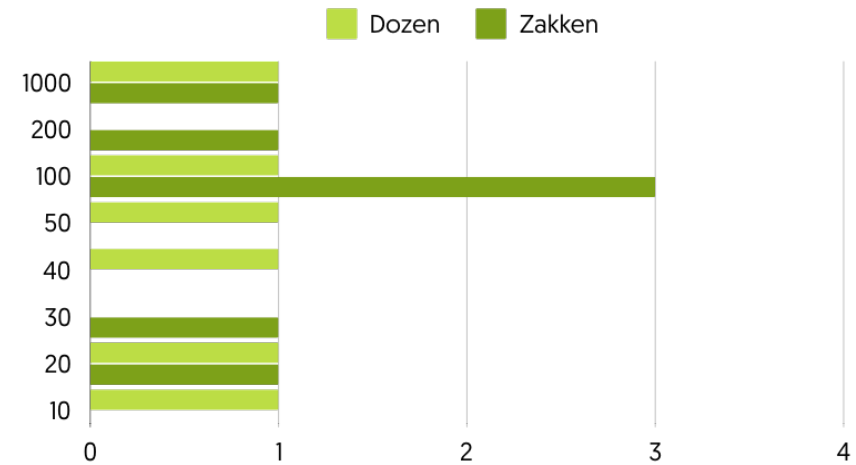
Data over herbruikbare verpakkingen (N=13)

	Dozen	Zakken	
<b>Model</b>	6	7	stuks
<b>Gemiddelde inhoud</b>	13.28	14.86	liter
<b>Beschikbaar in NL</b>	2	4	initiatieven

Grafiek 5: Materiaalgebruik



Grafiek 6: Technische levensduur: aantal mogelijke rotaties



### Data over gedraaide pilots (Laatste update: Q2 - 2024)

Aantal gedraaide pilots : 7

Gemiddelde pilottermijn : 10 weken

Gemiddeld aantal bestellingen : 702 bestellingen per pilot

Pilot nr.	Land	Tijdsduur pilot (weken)	Aantal bestellingen	Aantal verpakkingen	Retour-percentage	Retoursnelheid (dragen)	Statiegeld	Opzet	Learnings
1	NL	13	2444	1000	33%	4	Nee	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consumer to consumer-pakketten (C2C). De verzender brengt zijn producten onverpakt naar het pakketpunt, pakt het daar in en verstuurt het. De ontvanger haalt het bij het pakketpunt direct uit de verpakking.</li> <li>Verzendende consumenten hadden wel keuze om herbruikbaar te gebruiken, ontvangers niet. 20% van de verzenders koos voor herbruikbaar.</li> <li>45 verzendpunten en 1500 ophaalpunten.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Het verpakken op het pakketpunt heeft voor- en nadelen: sommigen pakken liever thuis in vanwege bijv. hygiëne of tijd. Anderen vinden het makkelijk dat ze zelf geen verpakkingsmateriaal hoeven te leveren.</li> <li>Van de ontvangers, liet ongeveer 1/3 de verpakking direct achter op het ophaalpunt. Zo'n 66% van de deelnemers nam de verpakking mee naar huis en zo verliet de verpakking de retourcyclus. Het lijkt erop dat dit voornamelijk lag aan onbekendheid van het systeem, niet zozeer bereidheid van de ontvanger.</li> </ol>
2	NL	?	31	?	48%	17,7	Nee	<ul style="list-style-type: none"> <li>Business to consumer (B2C), van een webshop naar een klant.</li> <li>De consument kreeg sowieso herbruikbare verpakking, er was geen eigen keuze.</li> <li>Retourneren kan via brievenbus of postpunt.</li> </ul>	
3	NL	13	893	?	55%	14	Nee	<ul style="list-style-type: none"> <li>Business to consumer (B2C), van een webshop naar een klant.</li> <li>De consument kreeg sowieso herbruikbare verpakking, er was geen eigen keuze.</li> <li>Retourneren kon via brievenbus, inleveren bij postpunt of meegeven aan de postbezorger.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Retourpercentage van 55% is zonder enige vorm van beloning richting consument.</li> <li>Voor retourneren is 59% via de brievenbus gegaan, 25% via postpunt.</li> <li>Medewerkers op de inpakafdeling zijn positief over de verpakking.</li> <li>Geen relevante toename van vragen bij de klantenservice van de webshop.</li> <li>Gemiddelde retourtijd was 1 tot 3 weken.</li> <li>1 op de 3 consumenten stuurde de verpakking op eigen initiatief terug, 2/3 had een herinneringsmail nodig.</li> <li>5% van de verpakkingen was na 1 of 2 keer niet meer bruikbaar, voornamelijk vanwege kapotte rits.</li> </ol>

4	DE	5	1451	?	78%	?	Anders	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Business to consumer (B2C), van een webshop naar een klant.</li> <li>• Klanten konden kiezen voor wel of geen herbruikbare verzendverpakking.</li> <li>• De herbruikbare verpakking had een extra toeslag van €3,95, anders is verzending gratis.</li> <li>• Als beloning voor retourneren kregen klanten 10% korting op hun volgende aankoop.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ondanks extra verzendkosten, koos 38% van de klanten voor de herbruikbare optie.</li> <li>2. Klanten zijn benieuwd naar (ecologische) vergelijking van deze herbruikbare verpakking versus single-use.</li> <li>3. Communicatie over het retourproces was niet helder, vergt aanscherping.</li> </ol>
5	NL	?	31	?	84%	14,3	Nee	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Business to consumer (B2C), van een webshop naar een klant.</li> <li>• Consument kreeg keuze om wel-niet voor herbruikbaar te kiezen.</li> <li>• Herbruikbare verpakking had geen extra kosten.</li> <li>• Retourneren kan via brievenbus of inleverpunt.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wanneer men zelf mag kiezen voor herbruikbaar, dan stimuleert de €3,- statiegeld voor hogere retourpercentages én snellere retourtermijn.</li> </ol>
6	NL	?	31	?	95%	6,6	Ja	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Business to consumer (B2C), van een webshop naar een klant.</li> <li>• Consument kreeg keuze om wel-niet voor herbruikbaar te kiezen.</li> <li>• Herbruikbare verpakking had €3,- statiegeld.</li> <li>• Retourneren kan via brievenbus of inleverpunt.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wanneer men zelf mag kiezen voor herbruikbaar, dan stimuleert de €3,- statiegeld voor hogere retourpercentages én snellere retourtermijn.</li> </ol>
7	NL	?	31	?	84%	14,3	Nee	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Business to consumer (B2C), van een webshop naar een klant.</li> <li>• Consument kreeg keuze om wel-niet voor herbruikbaar te kiezen.</li> <li>• Herbruikbare verpakkingen had €3,- statiegeld.</li> <li>• Retourneren kan alleen via brievenbus</li> </ul>	



## II. Advies voor stakeholders

Op basis van de bevindingen uit dit rapport, geven we per stakeholder het volgende advies:

### Webshops

Webshops zijn grootverbruiker van verpakkingen. Daarmee speelt de webshop een cruciale rol in de transitie naar herbruikbare verpakkingen.

Wat een webshop kan doen om de transitie mogelijk te maken:

- Ga aan de slag. Dit kan op kleine of grote schaal. Start bijvoorbeeld met een pilot.
  - » Bedenk wat past bij jouw organisatie. Kies je voor een white-label (neutrale) verpakking, of heb je schaalgrootte dat je je eigen herbruikbare verpakking kan ontwikkelen. Heb je in je magazijn mankracht en ruimte om zelf de controle en reiniging te doen, of besteed je dit uit. Afhankelijk van jouw situatie maak je een passende keuze.
- Gebruik vervolgens de learnings van de pilot om over te gaan op implementatie. Implementatie hoeft niet direct een volledige omslag te zijn. Gefaseerde introductie kan op basis van bijvoorbeeld:
  - » Een bepaalde regio, bijvoorbeeld bepaalde postcodegebieden.
  - » Een bepaalde productcategorie, bijvoorbeeld een categorie met relatief hoge retouren.
  - » Een bepaalde verpakkingsmaat, bijvoorbeeld brievenbuspakketjes.
  - » Een bepaalde verzend-/afhaalmethode, bijvoorbeeld alle click & collect.
- Als je herbruikbare verpakkingen gaat introduceren, neem de consument mee in het proces. Door heldere communicatie, en door het laagdrempelig (en leuk) te maken, stimuleer je de consument om mee te gaan in deze nieuwe ontwikkeling:
  - » Een herbruikbare verpakking is niet alleen functioneel, maar kan ook ingezet worden als marketingtool. Daarmee ligt de verantwoordelijkheid niet alleen bij de logistieke afdeling, maar ook

bij de marketingafdeling. Het feit dat de customer journey eindigt met een 'feel-good factor' en niet eindigt bij het weggooien van jouw verpakking bij een overvolle papiercontainer, voegt waarde toe aan de klantbeleving.

- » Je kan er ook voor kiezen om zowel single-use als herbruikbaar aan te bieden in je check-out. Eventueel beprijs je de single-use met een klein bedrag, en bied je bijvoorbeeld de herbruikbare verpakking aan met statiegeld dat de consument bij inleveren weer retour krijgt.
  - Statiegeld werkt ook nog eens tweeledig: enerzijds stimuleert het om terug te sturen, dus de meeste waarde uit het product te halen. Anderzijds is het een inkomstenbron wanneer klanten niet retourneren en het statiegeld dus geïnd kan worden.
- » Naast statiegeld, kun je een andere prikkel toevoegen aan het retourneren, zoals spaarpunten in een loyaliteitsprogramma of korting op een volgende aankoop.

### Vervoerders

Een goede transportlogistiek is essentieel om de retourlogistiek van een herbruikbare verpakking efficiënt in te regelen.

Wat een vervoerder kan doen om de transitie mogelijk te maken:

- Zet je logistieke kracht in om retourlogistiek succesvol te maken. Denk hierbij aan:
  - » Maak opslag- en transportruimte beschikbaar om bundeling van retourverpakkingen mogelijk te maken.
  - » Maak tarieven voor retourverpakkingen aantrekkelijk, bijvoorbeeld door te rekenen met volume in plaats van gewicht.
- Zet je logistieke netwerk in.
  - » Beschikbaar maken van opslagruimte op eigen locaties is essentieel, maar ook op externe locaties zoals bijvoorbeeld pakketpunten.
- Zoek samenwerking op met andere vervoerders om retourlogistiek centraal te regelen.
  - » Werk bijvoorbeeld aan algemene (white label) inleverpunten.

### Verpakkingsproducenten en -leveranciers

Zonder productie geen verpakking, verpakkingsproducenten hebben de kennis en expertise om een product te ontwikkelen dat – naast hergebruik – aan alle essentiële eisen voldoet.

Wat een verpakkingsproducent of -leverancier kan doen om de transitie mogelijk te maken:

- Zet je verpakkingskennis in om aan de slag te gaan met nieuwe ontwerpen en materialen. Denk hierbij bijvoorbeeld aan:
  - » Verpakkingen die intuïtief te gebruiken zijn in het magazijn.
  - » Verpakkingen die intuïtief te gebruiken zijn door consumenten.
  - » Zo min mogelijk tierlantijntjes, om kwetsbaarheid te vermijden.
  - » Verpakkingen die in bulk te retourneren zijn, bijvoorbeeld die klein gevouwen kunnen worden als ze leeg zijn.
  - » Verpakkingen die simpel zijn te repareren.
  - » Verpakkingen die goed recyclebaar zijn, wanneer dit uiteindelijk nodig is.
- Zoek samenwerking met bijvoorbeeld webshops om verpakkingen te testen in de praktijk.

### Beleidsmedewerkers

Naast de stakeholders die direct betrokken zijn bij de cyclus van verpakken en verzenden, is ondersteuning en begrip op beleidsniveau nodig.

Wat een beleidsmedewerker kan doen om de transitie mogelijk te maken:

- Bied ondersteuning aan concrete initiatieven, zoals productontwikkeling en implementatie. Ondersteuning kan op verschillende manieren, bijvoorbeeld:
  - » Met financiële middelen.
  - » Met kennis.
  - » Met het bieden van een netwerk.
- Draag op een overkoepelende manier bij aan de transitie, bijvoorbeeld door een overheids campagne om herbruikbare verpakkingen, of hergebruik in het algemeen, te stimuleren.

### Consumenten

Het is misschien een open deur, maar naast bovenstaande rollen zijn we uiteindelijk allemaal ook consument.

Wat een consument kan doen om de transitie mogelijk te maken:

- Als je bewust of onbewust een aankoop doet bij een webshop die herbruikbare verpakkingen aanbiedt: kies voor herbruikbaar.
- Als je een herbruikbare verpakking in huis hebt, draag bij aan een efficiënt proces:
  - » Volg de gebruiksinstructies voor het openen van de verpakking, om de levensduur van de verpakking te verlengen.
  - » Maak dat loopje naar de brievenbus of neem de verpakking de eerstvolgende keer mee naar het pakketpunt, om bij te dragen aan een hoog retourpercentage.



### III. Over het consortium

#### Het bouwen van het consortium

Voorafgaand aan het indienen van het financieringsvoorstel, is er met een aantal partijen een verkennende bijeenkomst geweest in januari 2023. Na het ontvangen van de opdrachtbrief in juli 2023 zijn we gestart met het organiseren van de eerste officiële bijeenkomst, deze heeft plaatsgevonden op 28 september 2023. Hierbij zijn enkele partijen aangehaakt die ook bij de verkennende bijeenkomst betrokken waren. Daarnaast zijn er een aantal nieuwe partijen bijgekomen, om zo een diverse groep te vormen voor structurele samenwerking.



## De bijeenkomsten

In totaal zijn er 3 plenaire bijeenkomsten geweest. Het doel van deze bijeenkomsten was om de kennis en expertise van de consortium-deelnemers optimaal te benutten, om zo het gezichtspunt van alle relevante stakeholders mee te nemen.

### Sessie 1 - september 2023:

Tijdens de eerste sessie stonden 2 punten centraal: introductie op het onderwerp en schetsen van ideaalscenario's.

De introductie op het onderwerp is gedaan door middel van deskresearch door Mission Reuse en een impact-rekentool, ontwikkeld door het KIDV. Op deze manier namen we een duik in bestaande pilots met betrekking tot herbruikbare verpakkingen, en de mogelijkheid om eigen scenario's door te rekenen. Uit het deskresearch werd duidelijk dat er nog weinig openbare informatie is over pilots met herbruikbare verpakkingen in de e-commerce. Hier ligt dus een kans.

Binnen het consortium is toevallig wel een deelnemer die een pilot heeft gedaan. De bevindingen hiervan zijn gedeeld met de groep.

Daarna zijn werkgroepen aan de slag gegaan met het vraagstuk naar het ideale systeem. Op basis van deze input is een scenario op papier gezet dat voldoet aan de wensen van de ideale situatie, en tegelijk dichtbij de huidige praktijk probeert te blijven [zie hoofdstuk 3.1]. Dit geeft inzicht welke mogelijkheden er nu al zijn, en welke veranderingen nog nodig zijn. Dit scenario bracht een aantal knelpunten naar boven die we hebben besproken in sessie 3.

### Sessie 2 - februari 2024:

De 2e bijeenkomst was online en met name een update van de afgelopen periode. Thuiswinkel.org is met verschillende partijen in gesprek geweest en heeft dit teruggekoppeld aan het consortium. Daarnaast heeft - net als sessie 1 - een consortium-deelnemer een inkijkje gegeven in een pilot met herbruikbare verpakkingen in de e-commerce.

### Sessie 3 - april 2024:

In sessie 3 stond het finaliseren van de scenario's centraal. In een aantal werkgroepen hebben we oplossingen bedacht voor de bovengenoemde knelpunten. Deze zijn terug te vinden in hoofdstuk 3.3 en bijlage 2 van dit rapport.

Daarnaast hebben we het kort gehad over de laatste ontwikkelingen op het gebied van de PPWR. Na een peiling blijkt dat de veranderende wetgeving verschillende effecten heeft op partijen. Sommigen zien het als een kans om werkzaamheden uit te breiden of op te schalen. Voor anderen heeft het minder invloed omdat zij los van wetgeving een verduurzamingsstrategie hebben, waar deze veranderende wetgeving geen direct effect op heeft.

Na de bijeenkomst in april is de conceptversie van deze rapportage met de consortium-deelnemers gedeeld en hebben zij nog hun laatste feedback kunnen geven. Op deze manier is het rapport gezamenlijk tot stand gekomen.

## Communicatie

We hebben de volgende communicatie-uitingen gedaan:

- In november 2023 heeft Thuiswinkel.org deelgenomen aan de netwerkbijeenkomst 'retoursystemen voor bedrijfsverpakkingen', georganiseerd door Elemental Strategy, in opdracht van Provincie Zuid-Holland.
- In de week van de circulaire economie, op 14 maart 2024 heeft Thuiswinkel.org gesproken op de Nationale Conferentie Circulaire Economie in Nijmegen.

Deze communicatie-uitingen staan op de planning:

- Tijdens de 5e editie van de Dag van de duurzame verpakking geeft Thuiswinkel.org een presentatie over de uitkomsten van het consortium. Deze vindt plaats op 19 juni 2024.
- Na publicatie van het rapport, zullen Thuiswinkel.org en de consortiumdeelnemers communiceren over het rapport en de uitkomsten, via interne en externe communicatiekanalen.