

Wehkamp en bol.com komen met verpakking op maat

22-06-2015 07:06

Zowel Wehkamp als bol.com ontwikkelen verpakkingen die beter zijn afgestemd op het formaat van de online aankoop. De verpakkingen van bestellingen worden in de nieuwe situatie precies op maat gemaakt, vertelt adviseur logistiek en duurzaamheid Margreeth de Pape van Thuiswinkel.org aan de Volkskrant.

Deze ontwikkeling illustreert de verduurzaming van de e-commercesector, aldus De Pape. Webwinkels geven betere informatie over producten en maten, waardoor online shoppers minder vaak een miskoop doen en het product retourneren. Daarnaast daalt het aantal mislukte aflevermomenten doordat er meer ophaalpunten zijn en consumenten meer keuze hebben in de aflevermomenten. "Bij bol.com is het retourpercentage bijvoorbeeld sterk gedaald."

Gemiddeld genomen heeft het thuisbezorgen van online bestellingen minder invloed op het milieu dan wanneer consumenten een winkelcentrum bezoeken, concludeerde Thuiswinkel.org in een onlangs verschenen rapport. In veertig procent van die gevallen gebruiken consumenten namelijk de auto. Fysieke shoppers kunnen vanuit het duurzaamheidsoogpunt het beste het openbaar vervoer of de fiets gebruiken, aldus lector citylogistiek Walther Ploos van Amstel van de Hogeschool van Amsterdam. "Op die manier stoot je nagenoeg niets uit. De winkel is in dat opzicht verschrikkelijk duurzaam."