

## Webwinkels willen sameday-delivery ontmoedigen

25-01-2018 08:57



Consumenten moeten zich bewust zijn van de milieueffecten als zij een pakketje dezelfde dag bezorgd willen krijgen. "Dezelfde dag bezorgen is milieuvriendelijker, omdat het pakje mogelijk in een half leeg busje wordt gebracht", zegt directeur Wijnand Jongen van Thuiswinkel.org tegen de [NOS](#).

Met de campagne Bewust Bezorgd willen webwinkels consumenten aanmoedigen te kiezen voor duurzame bezorgoplossingen. Daarnaast hebben zij gezamenlijk een rekenmodel ontwikkeld dat laat zien hoeveel CO<sub>2</sub>-uitstoot het versturen van een pakketje met zich meebrengt. Dat gebeurt op basis van het volume van de verzonden pakketten, het aantal kilometers dat ieder pakketje aflegt, het gebruikte vervoermiddel, de vulgraad van busjes en de afleveroptie. Etailers kunnen zo direct zien waar de mogelijkheden liggen om de logistieke operatie te verduurzamen.

Een product een dag later laten bezorgen in plaats van dezelfde dag kan veel uitstoot schelen, blijkt uit de rekentool. Zo zou een paar gym schoenen bij sameday-delivery goed zijn voor 630 gram CO<sub>2</sub> uitstoot. Een dag later is dat nog 418 gram.

"Wij zijn al een groene sector en hiermee verduurzamen we nog verder", zegt Jongen. Hoewel uit onderzoek van Motivaction blijkt dat consumenten denken dat meer dan de helft van alle bestelbusjes in de stad rijden voor e-commercebedrijven, is dit in werkelijk slechts drie procent, zegt hij. Het beeld dat bestelauto's voor de online winkels een groot aandeel vormen van de totale uitstoot zou daarom niet kloppen.

Onder meer bol.com, wehkamp en Coolblue - die alle drie sameday-delivery aanbieden - zijn bij de samenwerking betrokken. Ook vervoerders PostNL, DHL en Dynalagic steunen de campagne.