

'Duurzaamheidsinfo bij check-out van webwinkel is effectief'

25-03-2021 08:52



Het stimuleren van consumenten om de meest duurzame bezorgoptie te kiezen bij de check-out van een webwinkel, is effectief. Dat blijkt uit onderzoek van Thuiswinkel.org en het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat.

Het aanbieden van informatie over de CO₂-uitstoot van de bezorgopties en het vooraf aanvinken van de duurzaamste keuze als standaard zijn de beste manieren om dit te doen, blijkt uit het onderzoek. Zo koos in de testgroep zonder extra informatie 8,1 procent van de respondenten voor de meest duurzame bezorging. Bij de groep waar informatie over de CO₂-impact werd gegeven was dat percentage met zestien procent bijna twee keer zo hoog.

De zogenoemde 'dubbele interventie', waarbij extra informatie werd gegeven én de duurzaamste bezorgoptie standaard stond aangevinkt, bleek het meest effectief: bijna dertig procent van de consumenten koos in dat geval voor de meest duurzame optie.

"Op deze manier kunnen webwinkeliers op eenvoudige wijze al bijdragen aan de vermindering van de CO₂-uitstoot bij de pakketbezorging in de last mile", aldus Thuiswinkel-directeur Wijnand Jongen. "Wij adviseren webwinkeliers dan ook om een tweeledige interventie op te nemen op de check-outpagina. Via Bewust Bezorgd kunnen webwinkels dit op een gemakkelijke manier doen".