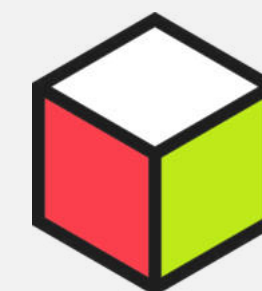




Duurzaamheid in e-commerce: van strategie naar lespraktijk



thuiswinkel
.org



Camille de Regt

Projectmanager duurzaamheid

✉ camillederegt@thuiswinkel.org



Remi Brouwer

E-learning consultant

✉ remibrouwer@thuiswinkel.org

Inhoud

- Over Thuiswinkel.org
- Duurzaamheidscertificering & praktijkvoorbeelden
- E-Academy

RETAIL

SERVICES & PLATFORMS

FINANCE

De belangenvereniging van de e-commerce sector



TRAVEL

PRODUCERS

LOGISTICS

Over Thuiswinkel.org

- Speerpunten:
 - Vertrouwen**
 - Kennis**
 - Invloed**
 - Innovatie**
- Duurzaamheidscertificering



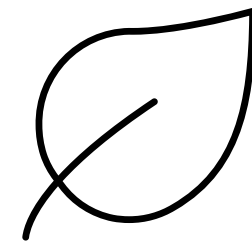
In gesprek

- Wat betekent duurzaamheid voor jullie?

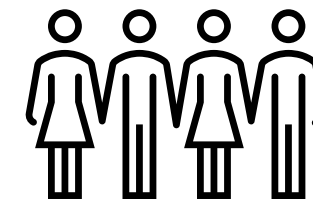


Wat houdt duurzaamheid in?

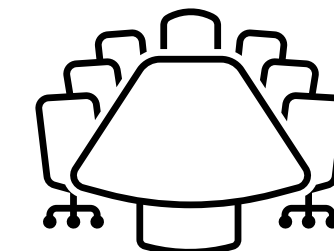
Duurzaamheid kent meerdere dimensies. Relevantie verschilt per organisatie, maar voorbeelden zijn:



Environmental (milieu)



Social (maatschappij)



Governance (bestuur)

**E-commerce
specifiek**

- Duurzame verpakkingen
- CO₂-neutrale bezorging
- Duurzaam productaanbod

- Eerlijke arbeidsomstandigheden
- Toegankelijke website
- Consumentenbescherming

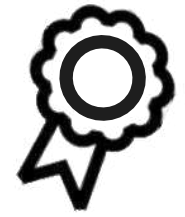
- Transparantie in supply chain
- Anti-greenwashing beleid
- Data & privacy governance

**Ook
relevant**

- Duurzame grondstoffen
- Biodiversiteit, landgebruik en water
- Dierenwelzijn

- Lokale gemeenschappen steunen
- Diversiteit & inclusie

- Ethisch gebruik van AI
- Anti-corruptie



Duurzame Strategie



Duurzaam productaanbod



Verpakken



Bezorgen



Retouren



Circulaire economie

47% van de consumenten geeft aan duurzaamheid mee te wegen bij een aankoop

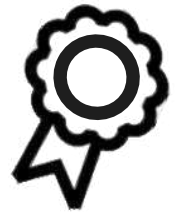
Duurzaamheids certificering
helpt bedrijven bij verduurzaming en compliance



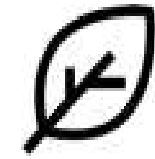
Circulaire
economie



Retouren



Duurzame
Strategie



Duurzaam
productaanbod



Bezorgen



Verpakken

Een aantal praktijkvoorbeelden



1 | Strategie, plan en rapportage

1.1.3 | Een verantwoordelijke op directieniveau, bijvoorbeeld CEO of CFO, onderschrijft de duurzaamheidsinspanningen en/of KPI's van de organisatie.



Slicing Towards Better.

“We are committed to moving forward step by step instead of taking easy shortcuts. We learn every day to become the best in our niche instead of becoming the biggest.”

 **Maurijn Legein**
CEO

 **Maurijn Legein,**
CEO BOSKA Food Tools for Life

Looking back at 2024, I am proud that BOSKA has improved on all aspects where we treat our business as a force for good. Our commitment to sustainability by delivering unmatched quality has remained steadfast. One of our most significant achievements this year was the introduction of our first completely plastic-free packaging range, which is not only environmentally friendly but also ultra giftable. Additionally, our partnership with XD Connects is a match made in heaven because it changes ‘the way we give’ by focusing on durable, high-quality gifts for life. At the same time, we see that politicians are challenging or completely abandoning global goals around inclusivity and sustainability set by recognized institutions. It’s like they forgot that we’re all in this together!

Despite all geopolitical and economical challenges, our dedication to making a positive difference has never wavered, and we will continue to lead by example in our industry. At BOSKA,

we keep on pushing ourselves to deliver food tool innovations that really add value and at the same time bring a party to the table. We have so much more to improve, but we are committed to moving

forward step by step instead of taking easy shortcuts.

We learn every day to become the best in our niche instead of becoming the biggest. After all, it’s not the size of a cheese slicer that matters, but how it is designed and brings a smile on your face!

”

BOSKA Impact Report 2024

Voorbeeld 1.1.3:
Voorwoord door CEO in het Impact rapport van BOSKA.

Bron: [Onze impact | BOSKA Food Tools | B Corp organisatie](#)
(pagina bezocht: juli 2025)



2 |
Circulaire economie

2.4.1 | Welke van de onderstaande mogelijkheden worden via de webshop aangeboden



Huren bij Praxis



Voorbeeld 2.4.1: Verhuurmodel bij Praxis

Bron: <https://praxis.boels.com/nl-nl/huren> (pagina bezocht: jul 2025)



Voorbeeld 2.4.1: Verhuurmodel bij Decathlon

Bron: https://www.decathlon.nl/rental_lp-OILV20 (pagina bezocht: jul 2025)



2.4.1 | Welke van de onderstaande mogelijkheden worden via de webshop aangeboden

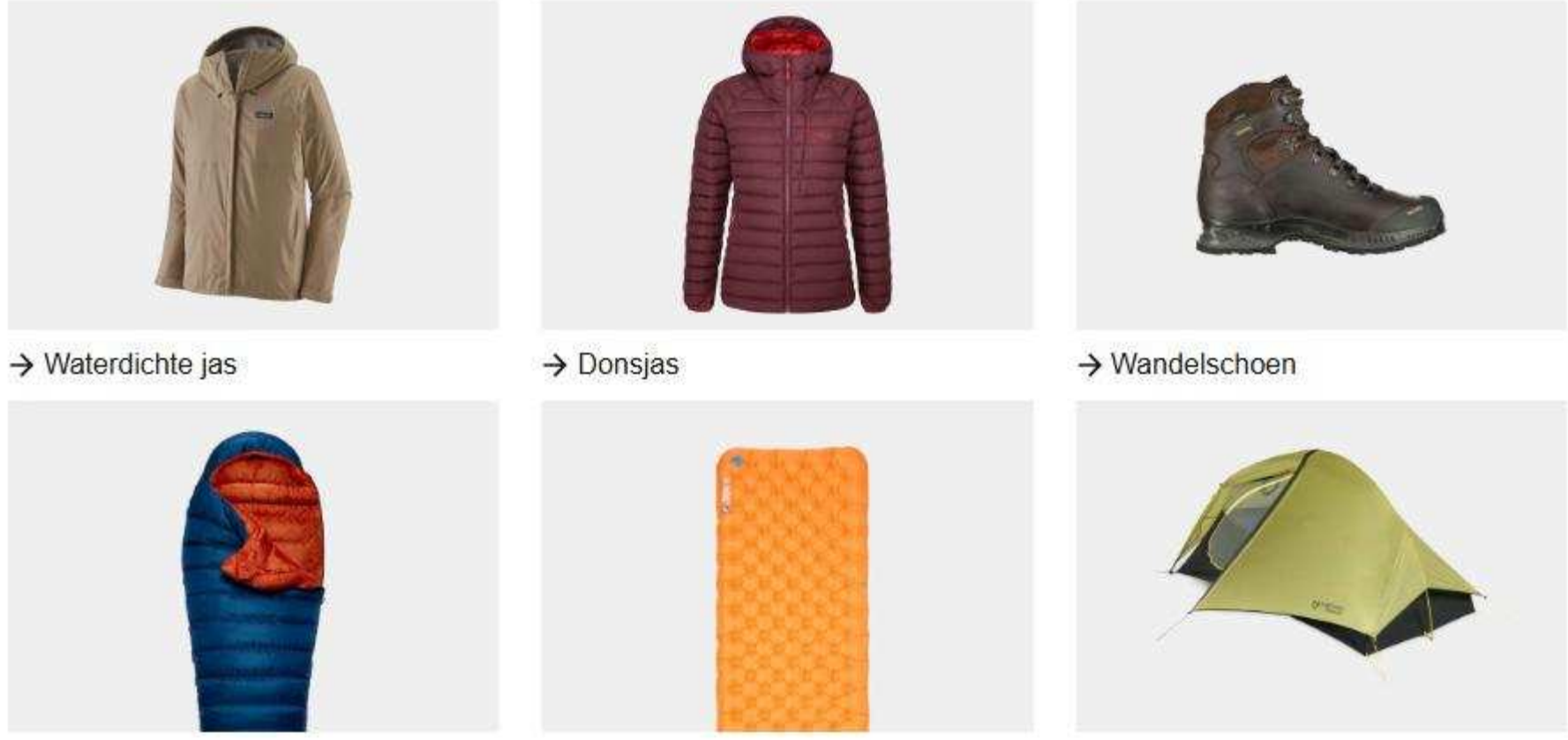
Bever Onderhouds- en reparatiecentrum

Als buitenliefhebber wil je natuurlijk zo lang mogelijk plezier hebben van je producten. En daar helpen we je graag bij! Wat jouw buitenproduct ook nodig heeft, samen zorgen we ervoor dat het langer meegaat. In een aantal stappen helpen we je aan de juiste behandeling voor je product.

Van wassen tot repareren en van DIY-handleidingen tot verschillende services. Hier vind je alles wat je nodig hebt voor een langere levensduur van je producten.

Om welk product gaat het?

Selecteer hieronder het product waarom het gaat, zodat we gericht kunnen kijken naar jouw probleem.



→ Waterdichte jas → Donsjas → Wandelschoen

Voorbeeld 1 [Bever]:
Aanbieden van reparatie aan o.a. kleding en kampeerspullen.

Bron: <https://www.bever.nl/care-repair.html>
[pagina bezocht: jul 2025]



Repareer je Dopper-fles

Kapotte of ontbrekende onderdelen? Geen zorgen. Bestel losse onderdelen direct via onze webshop – doppen, bekers, flessen, we hebben het allemaal. Repareren bespaart je geld en vermindert plastic afval. Zo werkt het:

- 1. Identificeer het juiste onderdeel** : check welk onderdeel je wilt vervangen. Hulp nodig? Doe de [losse-onderdelen-quiz](#).
- 2. Bestel online**: Ga naar Fles > Koop losse onderdelen, en bestel het juiste onderdeel in onze [webshop](#).
- 3. Repareer thuis**: laat je bestelling thuis bezorgen en geef je Dopper-fles een tweede (of derde/vierde/..) leven. En recycle de oude onderdelen.

[Shop losse onderdelen](#)

Voorbeeld 2 [Dopper]:
Aanbieden van losse onderdelen.

Bron: <https://www.dopper.com/nl/products/second-life>
[pagina bezocht: jul 2025]



3 | Productaanbod

3.2.1 | Welke onderbouwingen bij de duurzaamheidskenmerken worden op de website gebruikt?

ESSENZAHOME

The screenshot shows a product page for a 'Marc O'Polo Tove Dark Sand Dekbedovertrekset 240 x 220 cm'. The product is priced at € 299,95. The page includes a main image of the bedsheet set, a color selection dropdown set to 'Dark Sand', and a size selection dropdown set to '2p set 240x220+2-60x70'. There are also options for 'Aantal' (quantity) and a 'Plaats in mijn winkelwagen' button. Below the product image, there are links for 'Organic Jersey Wit' and 'Organic Jersey Ecrú'. A green box highlights the 'Duurzaamheidsinformatie' link in the navigation menu.

Dit product is GOTS-gecertificeerd wat betekent dat het is gemaakt van biologisch geteeld katoen en dat het voldoet aan de normen van het wereldwijd toonaangevende keurmerk Global Organic Textile Standard (GOTS). Bij het verbouwen van het katoen worden geen chemische bestrijdingsmiddelen gebruikt. Daarnaast garandeert dit GOTS-keurmerk ook dat de productie op een milieuvriendelijke en sociaal verantwoorde manier wordt uitgevoerd.

GOTS stelt eisen aan fabrieken voor het gebruik van schadelijke chemicaliën, water- en energieverbruik maar ook voor criteria voor de arbeidsomstandigheden in de productie. De arbeidsomstandigheden zijn gebaseerd op de normen van de International Labour Organization, zoals vakbondsvrijheid, eerlijke lonen en veilige en gezonde werkomstandigheden.

Alle bedrijven die betrokken zijn bij de productieketen van dit product voldoen aan de GOTS-normen, wij dus ook. Iedereen wordt gecontroleerd door onafhankelijke, geaccrediteerde organisaties. Kortom, dit product is beter voor je huid, de aarde én beter voor iedereen in de keten.

Het biologische katoen voelt heerlijk zacht aan en gaat jarenlang mee. Een duurzame keuze. > [Lees hier meer over GOTS-katoen.](#)



The screenshot shows a product page for 'ALL DAY LONG VERDEJO SAUVIGNON BLANC ORGANIC'. The wine is priced at 6.99 per bottle. The page includes a main image of the wine bottle, a description, and a 'BESTEL' button. The 'CERTIFICERING' section is highlighted with a green box, showing 'Biologisch' and 'Vegan'. The 'DE WUNMAKER' section is also visible.

ALCOHOLPERCENTAGE: 12%

ALLERGIE-INFORMATIE: Bevat sulfieten

CERTIFICERING: Biologisch

CERTIFICERING 2: Vegan




DRUVENSOORT: Verdejo



4 | Verpakken

4.4.1 | Vraagt de webshop toestemming aan de consument voor het gebruik van promotiemateriaal?

Kies je twee gratis samples onderaan het winkelmandje.

Product	Aantal	Totaal
 Macro Vita Abrikozenpitolie <small>Levertijd: Op werkdagen voor 23:00 besteld, morgen in huis!</small>	1  	€ 16,95
Totaalbedrag		€ 16,95

MetOlijf.nl-code

VOEG TOE

Spaarpunten

Om je Spaarpunten in te zien of in te wisselen, vragen wij je eerst om in te loggen of te registreren via de knop rechts.

INLOGGEN / REGISTREREN


Wanneer je voor € 33,05 extra bestelt betaal je geen verzendkosten.

Verzendkosten	€ 4,95
Totaalbedrag incl. BTW	€ 21,90


VERDER WINKELN

NAAR BETALEN


of

Betaal met  **PayPal**
De veiligste, meest gebruikte manier van betalen.

Selecteer max twee samples



Youth Lab Daily Sunscree...
€ 0,00
BESTELLEN



Macro Vita Zonnebrand
Gez...
€ 0,00
BESTELLEN

Voorbeeld 4.4.1:
Promotiesamples kunnen door klant uit winkelwagen verwijderd worden.

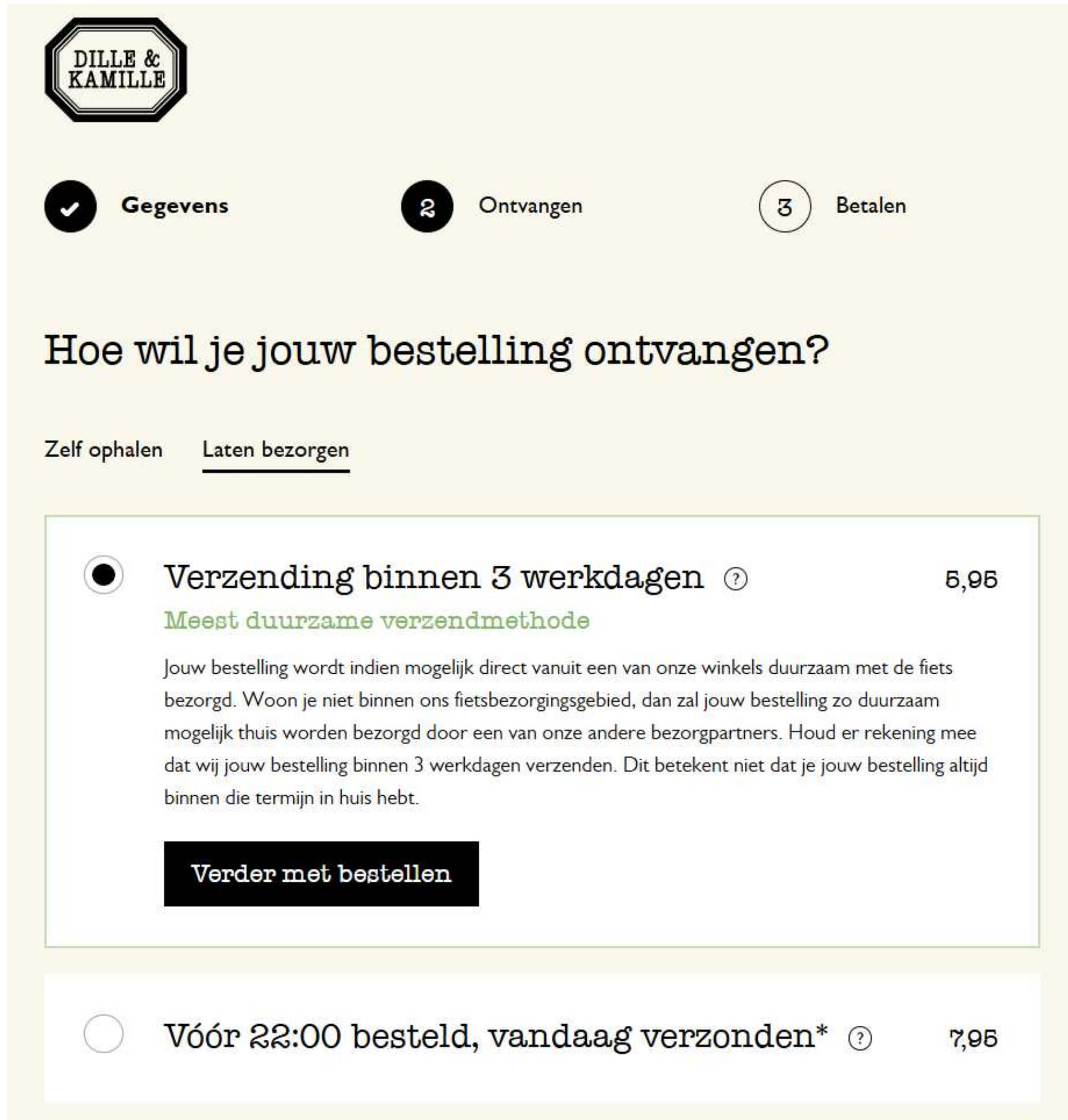
Bron: <https://www.metolijf.nl/>
(pagina bezocht: feb 2024)

MET **Olijf**.NL



5 | Bezorgen

5.2.2 | Promoot de leveroptie met de laagste CO2-uitstoot.



DILLE & KAMILLE

Gegevens **2** Ontvangen **3** Betalen

Hoe wil je jouw bestelling ontvangen?

Zelf ophalen Laten bezorgen

- Verzending binnen 3 werkdagen** ? **5,95**
Meest duurzame verzendmethode
Jouw bestelling wordt indien mogelijk direct vanuit een van onze winkels duurzaam met de fiets bezorgd. Woon je niet binnen ons fietsbezorgingsgebied, dan zal jouw bestelling zo duurzaam mogelijk thuis worden bezorgd door een van onze andere bezorgpartners. Houd er rekening mee dat wij jouw bestelling binnen 3 werkdagen verzenden. Dit betekent niet dat je jouw bestelling altijd binnen die termijn in huis hebt.
Verder met bestellen
- Vóór 22:00 besteld, vandaag verzonden*** ? **7,95**

Voorbeeld 5.2.2:
Verzending binnen 3 dagen als duurzamere bezorgoptie, inclusief toelichting.

Bron: <https://www.dille-kamille.nl/checkout/cart/>
(pagina bezocht: okt 2025)

5.3.1 | Op welke informatiepagina wordt algemene informatie gegeven voor consumenten om duurzamer te bestellen en te laten bezorgen?

Duurzamer verzenden & retourneren



We vragen ook jou, onze consument, om hierbij te helpen. Je kunt dit op de volgende manieren doen:

- Je bestelling laten bezorgen bij een pakketpunt, dit is namelijk de verzendoptie met de laagste CO2 uitstoot. Let op: het is hierbij belangrijk dat je te **voet of met de fiets** je bestelling ophaalt. Haal je deze op met de auto? Dan is het CO2 voordeel weer opgeheven en kan je dus beter kiezen voor thuisbezorging.
- Goed nadenken voor je je bestelling plaatst. **Twijfel je bijvoorbeeld over je maat?** Neem dan contact op met onze klantenservice in plaats van dat je meerdere maten besteld. Zo voorkom je dat jouw bestelling moet retourneren en deze in CO2 uitstoot verdubbeld.
- Wanneer je toch een retourzending verstuurd, doe dit dan altijd in **dezelfde doos** als waarin je bestelling is aangekomen. Plak de doos bij voorkeur met **papieren tape** dicht, zodat deze makkelijk te recyclen is. Probeer bij meerdere bestellingen de retour te bundelen in één verpakking.
- Wanneer je kiest voor thuisbezorging, zorg dan dat je thuis bent op het leveringstijdstip. Als je niet thuis bent moet het pakket retour wat zorgt voor extra verkeer en dus CO2 uitstoot. Het pakket wordt dan niet opnieuw aangeboden en is de volgende dag af te halen op een Servicepunt.

Voorbeeld 5.3.1:

Wat kan de klant doen voor duurzamere bezorging.

Bron: <https://yoek.nl/pages/verzending> (pagina bezocht: sept 2025)



6 | Retouren

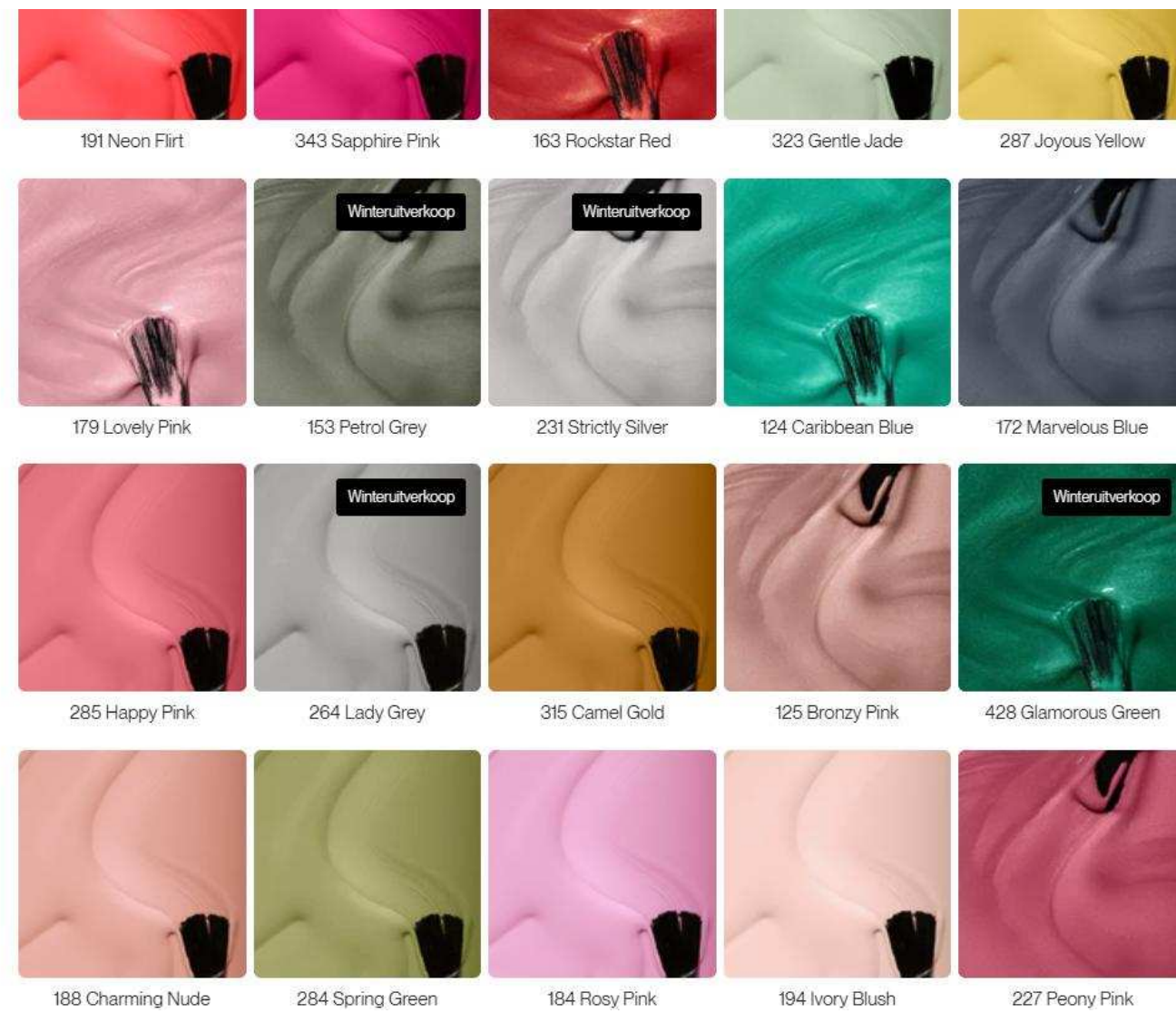
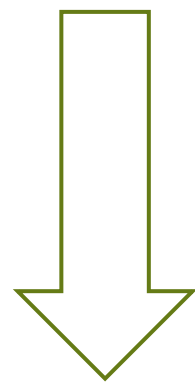
6.1.3 | Heeft de webshop de volgende preventiemaatregelen ingevoerd?



410 Sunburst Red

368 Intense Plum

110 Mystic



Kleur Marineblauw



Maat

Maatgids

 Valt normaal, kies je normale maat.

XS

S

M

L

XL

2XL





Business- voordelen

Duurzaamheid als businesskans

1. Kostenbesparing

- Bijv. minder verpakkingsmateriaal, retouren reduceren, consolideren van bestellingen

2. Risicobeheersing

- Klaar zijn voor strenger beleid (bv. PPWR & ESPR)

3. Innovatie en nieuwe markten

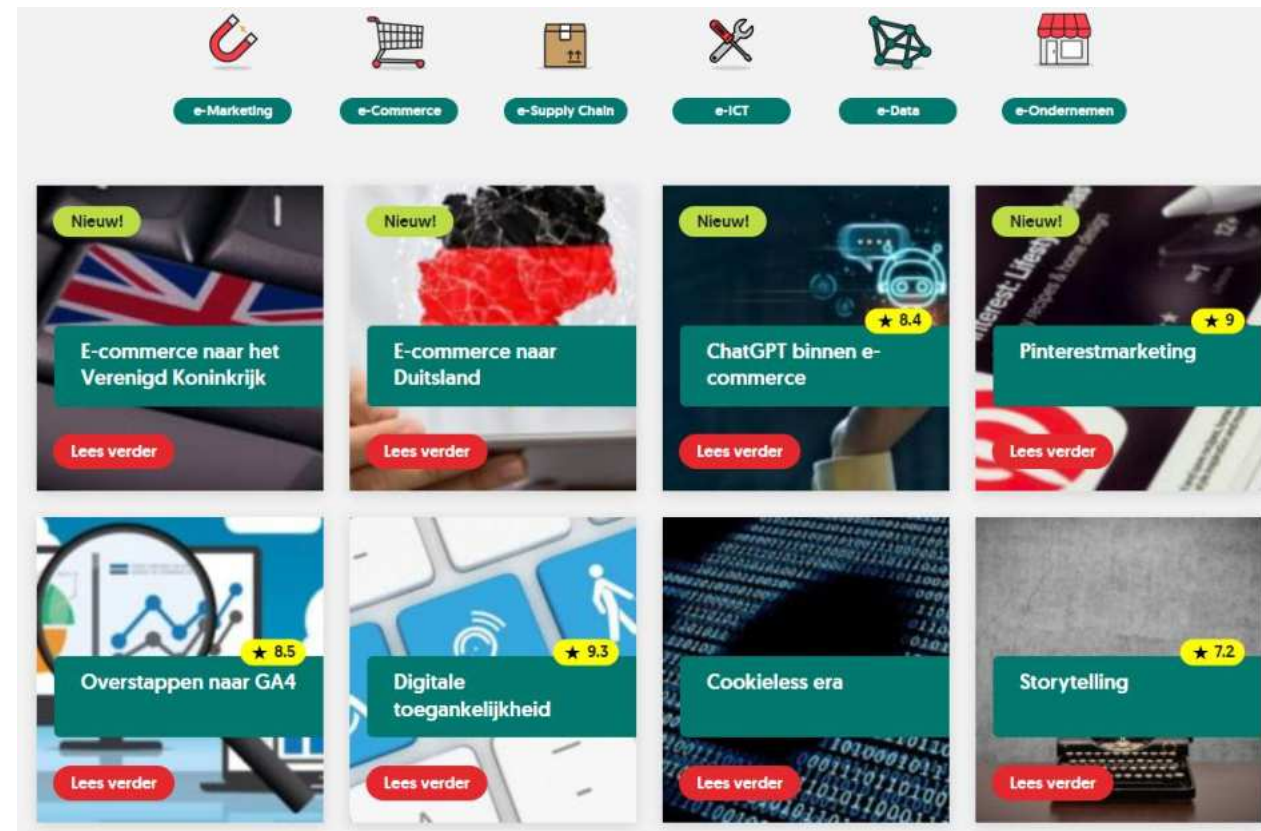
- Kansen voor circulaire modellen zoals 'refill', verhuur, tweedekans, etc.
- Nieuwe klanten die bewust shoppen bij duurzame webshops (& loyale klanten)

4. Werknemerstevredenheid

- Medewerkers voelen trots om voor een webshop te werken die "goed doet"
- [Jong] talent kiest sneller voor bedrijven met duurzaam profiel



E-Academy



90+ e-learnings



Gemiddeld cijfer: 8,4



**37.000 gebruikers
(14.000 studenten)**

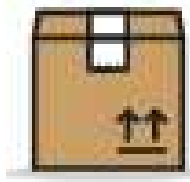
Categorieën



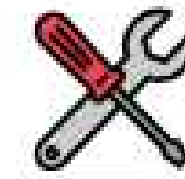
e-Marketing



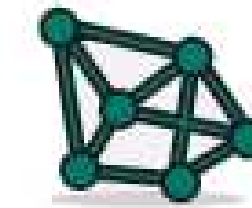
e-Commerce



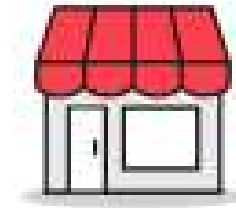
e-Supply Chain



e-ICT



e-Data



e-Ondernemen

+ Duurzaamheid en AI

Verschillende niveaus

MBO

Toegankelijke onderwerpen, waaronder het leerpad e-Ondernemen (14 e-learnings) en Data voor mkb (5 e-learnings)

HBO

Verdiepende onderwerpen, waaronder Customer journey, Contentmarketingstrategie, ChatGPT binnen e-commerce en E-commercewet- en regelgeving

HBO⁺

Complexere onderwerpen, waaronder Product Information Management, Neuromarketing en Psychologie van conversie

Leerpad duurzaamheid e-learnings

The image displays six e-learning course cards arranged in a 2x3 grid. Each card has a background image, a title, a rating (if applicable), and a 'Lees verder' button.

- Card 1 (Top Left):** Background image of a laptop screen showing 'Duurzaamheidsstrategie'. Title: **Duurzaamheidsstrategie**. Rating: none. Button: **Lees verder**.
- Card 2 (Top Middle):** Background image of cardboard boxes on a conveyor belt. Title: **Verpakken**. Rating: ★ 8.2. Button: **Lees verder**.
- Card 3 (Top Right):** Background image of a person on a bicycle with a delivery cart. Title: **Duurzame bezorging**. Rating: ★ 8. Button: **Lees verder**.
- Card 4 (Bottom Left):** Background image of a woman and a child. Title: **Retouren**. Rating: ★ 9.1. Button: **Lees verder**.
- Card 5 (Bottom Middle):** Background image of hands typing on a laptop keyboard. Title: **Microlearning: Duurzaamheidsclaims**. Rating: ★ 9.7. Button: **Lees verder**.
- Card 6 (Bottom Right):** Background image of a smartphone with a recycling symbol. Title: **Introductie in Duurzaamheid**. Rating: Nieuw! (New!). Button: **Lees verder**.

Opbouw e-learning

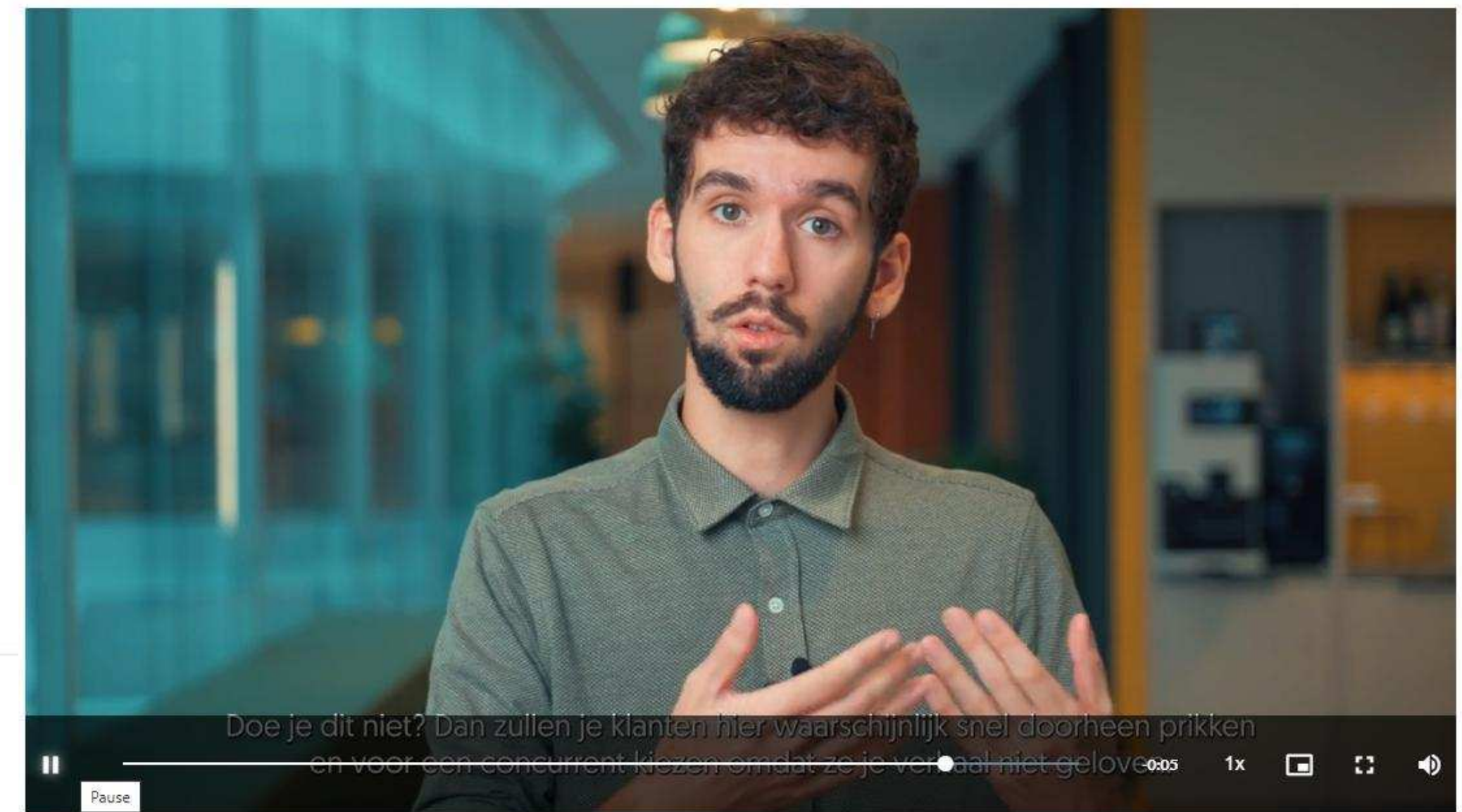
- **Afwisseling**
- **Praktijkvoorbeelden**
- **Zelf aan de slag**
- **Afsluitende toets**
- **Apk**
- **Samenwerking met experts**

Kennis-check

Welke van de onderstaande statements over storytelling is niet waar?

- Je verhaal moet over alle kanalen en middelen consistent zijn, zodat je boodschap eenduidig wordt uitgedragen.
- Je verhaal moet een weerspiegeling zijn van je idealen, zodat het publiek weet waar je voor staat.
- Je verhaal moet een kern van waarheid hebben, maar mag ook verzonnen elementen bevatten om het bijvoorbeeld beter te laten passen bij je doelgroep.
- Je verhaal moet zo origineel mogelijk zijn, zodat je onderscheidend bent ten opzichte van je concurrentie.

BEVESTIG



Wat is storytelling? (0:35)

Transcriptie video



Klanten willen zaken doen met mensen, niet met bedrijven."

Ben van Bokhoven

Opbouw e-learning

Humor



EEN MERK VERSTERKEN

EEN COMMUNITY CREËREN

HERKENBAARHEID VERGROTEN

Door een oprecht en consistent verhaal te vertellen over het hoe en waarom van je bedrijf, creëer je een sterker merk. Je bent niet langer slechts een verkoper van producten of diensten, maar voegt echt iets toe en vervult de behoeften van (potentiële) klanten. Met andere woorden, storytelling zorgt voor een sterke basis van waaruit je je merk laat groeien. Een sterke boom, als het ware, waarvanuit nieuwe richtingen en ideeën als takken en bladeren kunnen ontspringen.

Voorbeeld

Tony's Chocolonely zet zich in voor gelijkheid en een eerlijke behandeling van de boeren. Hun verhaal dragen ze niet alleen uit binnen hun marketing, maar zelfs bij de productie van hun chocoladerepen. De stukjes zijn namelijk ongelijk, zoals het leven natuurlijk ook kan zijn. Een mooi voorbeeld van hoe je storytelling kunt gebruiken om je eigen idealen en filosofie – én die van je doelgroep – te versterken.



Cialdini in de praktijk



Bij reisorganisatie TUI spelen de principes van Cialdini ook een belangrijke rol. In deze carousel legt Kristel Kodde, Teamlead Branded Content bij TUI Nederland N.V., uit hoe zij deze beïnvloedingsprincipes toepassen. Klik om Start om verder te gaan.

START >



Luxaflex als voorbeeld

Om de theorie in dit hoofdstuk beter te kunnen duiden, nemen we bij elke onderstaande stap Luxaflex als voorbeeld. Op deze manier krijg je een beter beeld van wat er precies wordt bedoeld.

- Afwisseling
- **Praktijkvoorbeelden**
- Zelf aan de slag
- Afsluitende toets
- Apk
- Samenwerking met experts

Opbouw e-learning

Zelf aan de slag met storytelling



Storytelling-canvas



ORGANISATIE			
Naam bedrijf	Missie	Visie	Merkwaarden

VOORBEREIDING	CAMPAGNE		DISTRIBUTIE
Doel	Pay-off/rationale	Hoofdboodschap	Stijl/tone of voice
Doelgroep	Story formats	Microstories	Middelen
	Budget	FTE	Kanalen

RANDVOORWAARDEN		
Budget	FTE	Periode

- Afwisseling
- Praktijkvoorbeelden
- **Zelf aan de slag**
- Afsluitende toets
- Apk
- Samenwerking met experts

Opbouw e-learning



🕒 15 min

Toets Storytelling

Je hebt de e-learning afgerond en bent klaar voor de toets. Bij een score van 70% ben je geslaagd en ontvang je een certificaat. Scoor je lager dan 70%, dan mag je op voor de herkansing. Je hebt in totaal twee kansen. Veel succes.

START TOETS



• Afwisseling

• Praktijkvoorbeelden

• Zelf aan de slag

• **Afsluitende toets**

• Apk

• Samenwerking met experts

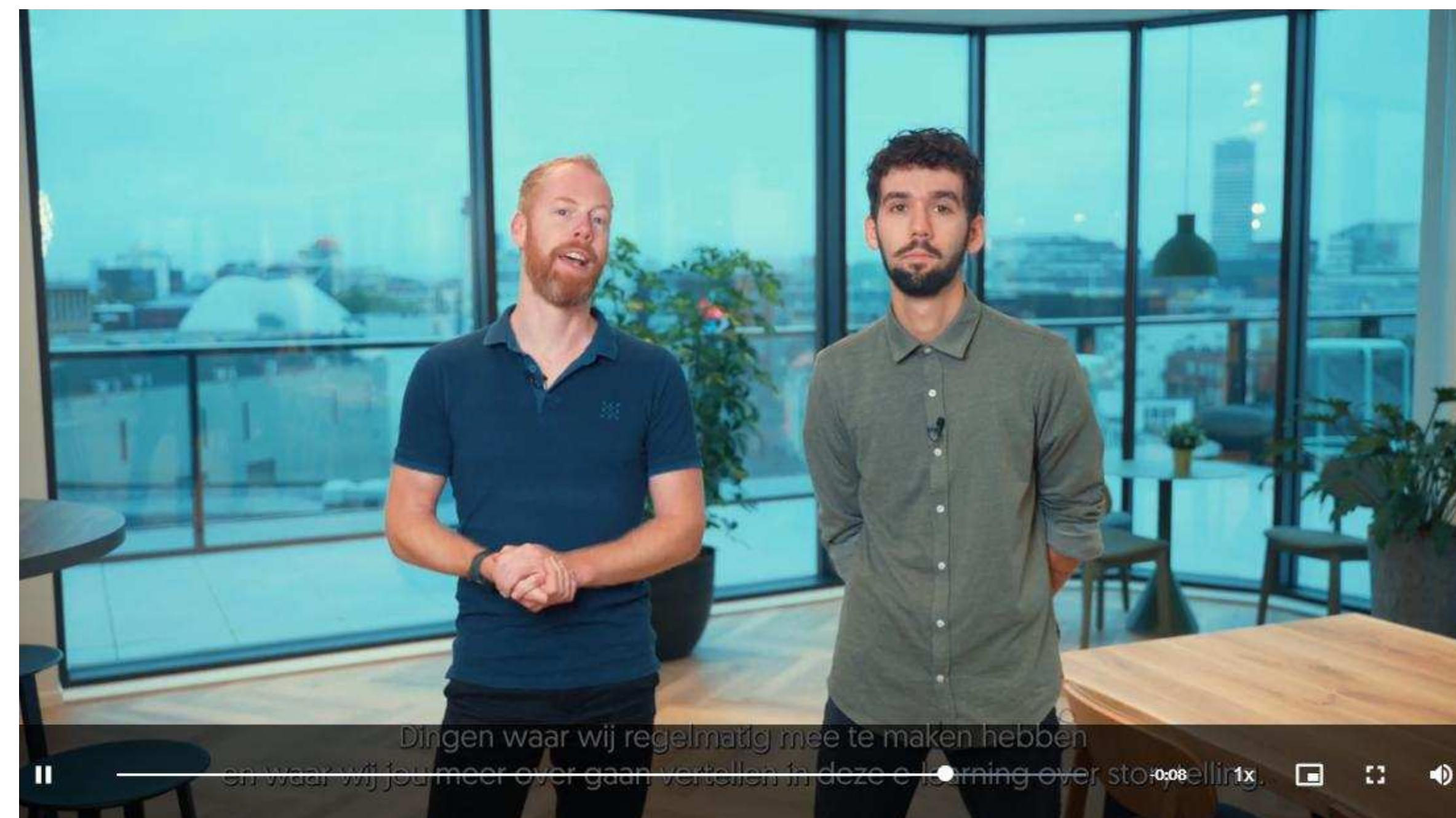
Opbouw e-learning

- Afwisseling
- Praktijkvoorbeelden
- Zelf aan de slag
- Afsluitende toets
- **Apk**
- Samenwerking met experts



Opbouw e-learning

- Afwisseling
- **Praktijkvoorbeelden**
- Zelf aan de slag
- Afsluitende toets
- Apk
- **Samenwerking met experts**



**happy
horizon**
CREATIVE DIGITAL AGENCY

Onze formulering van het begrip storytelling hebben we, net als de rest van deze e-learning, opgesteld in samenwerking met een aantal professionals uit dit vakgebied. De experts in deze e-learning zijn Ben van Bokhoven en Jesse Rooijackers. Zij zijn respectievelijk als concept creative en copywriter werkzaam bij [Happy Horizon](#), een creative digital agency. Ben en Jesse stellen zich in de video hieronder graag even aan je voor.



Prijzen e-Academy

- Student = €25 p/jaar
- Particulier = €450 p/jaar
- Leden & businesspartners = Gratis

Benieuwd? Je kan gratis 5 e-learnings maken op de e-Academy!

Certificering opleidingen

- Afstemmen van curriculum van op de actuele e-commercepraktijk
- Doel: kloof tussen theorie en praktijk verkleinen
- Competentieprofielen voor e-Commerce en e-Marketing
- Elke 2 jaar hercertificering

Voordelen van certificering

- Actuele en praktijkgerichte inhoud
- Inzicht in curriculumkwaliteit
- Gerichte ondersteuning bij curriculumontwikkeling
- 10 Gratis accounts voor de e-Academy



Hoe werkt de certificering:

1. Self-assessment (vragenlijst)
2. Visitatie (bezoek)
3. Rapportage (aanbevelingen)
4. Ontvangst certificaat (ShoppingToday)
5. Publicatie (delen)



Gecertificeerde opleidingen

Excellent



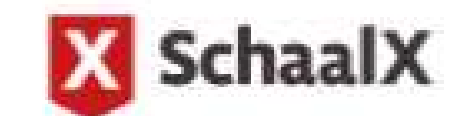
Ondernemerschap en Retail Management



e-Tourism



Ondernemerschap en Retail Management



Digital Communication

Regulier



AD e-Commerce



AD e-commerce



Commerciële economie



Associate Degree Ondernemerschap en Retailmanagement



AD Commerciële Economie & Ondernemerschap



AD e-Commerce



In gesprek

- Heeft duurzaamheid een plek in het curriculum van jullie opleiding?
 - Zo ja: op welke manier?
 - Zo niet: waarom (nog) niet?



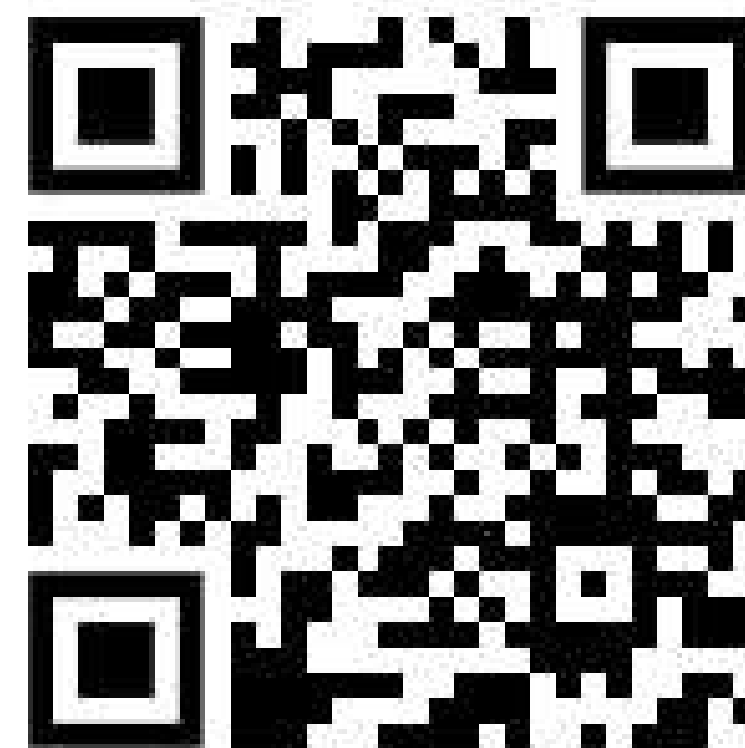


Camille de Regt

Projectmanager duurzaamheid

✉ camillederegt@thuiswinkel.org

Meer info e-
Academy:



Remi Brouwer

E-learning consultant

✉ remibrouwer@thuiswinkel.org