

Het nut & de noodzaak van verpakkingen

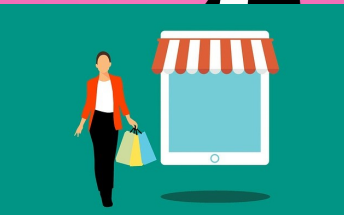
Verpakkingen zijn overal om ons heen, alles lijkt wel verpakt.

Met de focus op zwerfafval en de Plastic Soup heeft de EU onlangs vergaande maatregelen aangekondigd voor "Single Used Plastics", oftewel plastic voor eenmalig gebruik.

We moeten in elke situatie nadenken over de nut en noodzaak van een verpakking.

Welke verpakking kiezen we in welke situatie?

Door daar bewust een keuze in te maken sparen we het milieu en voorkomen we online retourzendingen door beschadigingen bij ontvangst.



Verzendverpakkingen

De feiten:

► De totale omzet van webwinkels in Nederland was in 2017 22,5 miljard euro. Dat is een stijging van 13 % in vergelijking met het jaar ervoor. In totaal werden er in 2017 meer dan **201 miljoen online aankopen** gedaan, wat weer een toename van 17 % is.

Omzet webwinkels 9,7% van totale detailhandel

► Het aandeel online verkopen van producten blijft doorgroeien. Momenteel vertegenwoordigt de e-commerce-branch 9,7 % van de totale detailhandel. Dat is bijna een hele verdubbeling ten opzichte van de situatie nog geen vijf jaar geleden. Overigens wordt zo'n 30 % van de aankopen teruggestuurd.

Bron: CBS

Een passende verpakking: een must

Het is uiteraard van belang dat de juiste verzendverpakking gekozen wordt. Een passende verpakking zorgt ervoor dat de artikelen niet beschadigd raken en kunnen tegelijkertijd een (reclame) boodschap overbrengen. Ook de afmeting is van belang. De grootste ergernis van consumenten en verpakkingsprofessionals is: de veel te grote verpakking. Het grootste aspect blijft, ook hierin, de verduurzaming. Een passende verpakking zou enorm bijdragen aan de vermindering van de CO₂-uitstoot van een te verzenden pakket.

Papier, karton of plastic

Als verpakkingsmaterialen gebruiken webshops vooral kartonnen dozen (72%), zakken (10%), diverse soorten enveloppen (9%) en brievenbusdozen (8%). Daarnaast worden opvulmaterialen (23%) en tape (7%) gebruikt. Het merendeel (83%) van de webshops meldt, dat bij meer dan 80% van de retourzendingen gebruik gemaakt wordt van de originele verpakking.

Retourzendingen grote kostenpost voor webwinkels

Een van de redenen van retourzendingen is dat het artikel defect of beschadigd is aangekomen bij de klant (25% van de retourzendingen). Retourzendingen zijn een grote kostenpost voor webwinkels. Het gaat niet alleen om de verzendkosten die de online retailer vaak voor zijn rekening neemt. Hij moet het product ook opnieuw verpakken en is het een tijdje kwijt. Daar is dus ruimte voor omzetgroei en afname van de kosten door de juiste verpakkingen te kiezen.

Slimme verpakking voor retouren

Webshops zouden daarom moeten kiezen voor (kwaliteits) verpakkingen, die goed bij het product passen. Dat is niet alleen van belang voor de uitstraling, maar ook voor de consument, die de originele verpakking dan eenvoudiger voor de retourzending kan gebruiken. De kans op beschadiging van de retourzending en extra onkosten voor de webshop nemen zo af.

Daarnaast is het belangrijk om goed recyclebare verzendverpakkingen te kiezen, zodat deze in de bestaande recyclestromen mee kunnen en zo verpakkingen weer een tweede, derde en vierde leven kunnen krijgen. Ook zijn er een aantal webshops die gebruik maken van flexibele, herbruikbare verzendverpakkingen, die weer ingeleverd kunnen worden bij een depot. Één herbruikbare, kunststof verpakking kan tot 1.000 keer opnieuw gebruikt worden en daarmee leiden tot een besparing van 138 kilo karton. Dit betekent een besparing van 138 kilo CO₂ (bron: PostNL).