

‘In theorie is onlineshoppen duurzamer’



Trends - 16 Dec. 2021
Pagina 23

Wie duurzamer wil shoppen, doet dat het best online. Al zijn er wel wat mitsen en maren die het beeld vertroebelen.

Wat weegt ecologisch het zwaarst: wij die met z'n allen naar de winkel hollen, of een volgestouwde camionette die de boodschappen aan onze deur aflevert? “In opdracht van een Belgische winkelketen hebben we dat bestudeerd, en in globo is onlineshoppen duurzamer”, stelt Cathy Macharis, professor mobiliteit en logistiek aan de VUB. “Maar dat is de theorie. Wanneer je met de fiets of onderweg van of naar het werk naar de winkel gaat, verandert het plaatje.” Ook andere factoren doen af aan de duurzaamheid van onlineshoppen, zoals quick commerce, met leveringen binnen één of twee uur, of het gratis terugsturen van producten, of gemiste leveringen. “In de periode voor corona liep dat op tot 20 procent van de leveringen”, weet Macharis.

“Veel indicatoren maken iets al dan niet duurzamer. Cru gezegd kan ik honderd studies geven die telkens iets anders zeggen”, verklaart Roel Gevaers, professor supplychainmanagement aan de Universiteit Antwerpen en de Antwerp Management School. “Neem die snelle leveringen: een kledingverkoper die zijn winkel in de stad gebruikt als een minimagazijn en zijn klanten met de fiets belevt, is vele malen duurzamer dan kleding die online uit Duitsland of Frankrijk komt.”

Jonge bevolking

Gevaers ziet drie componenten die onlineshoppen duurzamer kunnen maken. “Je moet kunnen consolideren: vrij grote hoeveelheden bundelen in één punt. Je hebt een hoge densiteit nodig: veel posten die je op korte afstand kunt beleveren. En bij voorkeur een jonge bevolking, omdat die wat makkelijker de auto laat staan.”

Zeker voor de oudere generaties is onlineshoppen niet vanzelfsprekend. De coronapandemie heeft hen er min of meer toe gedwongen. Maar liefst 12 procent van de mensen bestelde de afgelopen twee jaar voor het eerst iets online. Het probleem is dat de meeste mensen omnichannelkopers zijn, geeft Macharis aan: ze winkelen zowel online als in fysieke winkels.

Of, ecologisch nog erger: ze gaan eerst in de winkel passen en/of vergelijken, om dan online te bestellen. Gevaers: “Dat is het slechtste van twee werelden, maar het is de reden waarom Coolblue en andere experience stores openen, waar je de producten kunt zien en dan online bestellen.”

Een goede aanpak kan de duurzaamheidsgraad fors opkrikken. Macharis onderzocht bijvoorbeeld de Ecozone, een project waarvoor de stad Mechelen en bpost de handen in elkaar sloegen. Een netwerk van pakjesautomaten stimuleert de inwoners om hun pakjes te voet of met de fiets af te halen. Door de automaten te beleveren met cargofietsen en elektrische wagens wil Mechelen evolueren naar een stadsdistributie met een nuluitstoot. “Daardoor is de uitstoot van CO2 met 97 procent verminderd en daalden de andere externe kosten met 32 procent.”

“Pakjesautomaten hebben het voordeel dat leveranciers kunnen bundelen, terwijl de consument kan kiezen wanneer hij of zij de goederen afhaalt. Maar uit een onderzoek blijkt dat in Brussel bijvoorbeeld nog heel veel mensen ook daarvoor de wagen blijven gebruiken.” Op termijn ziet Macharis een evolutie naar hop-inpunten, waar je naast pakjesautomaten ook deelwagens en -steps kunt vinden, en aansluiting op het openbaar vervoer.

Luc Huysmans

Copyright © 2021 Roularta Media Group. Alle rechten voorbehouden