

Branchepplan duurzaam verpakken mode, textiel en sportbranche

2019-2022

18 MAART 2019

Inhoud

1. Inleiding	1
2. Beschrijving van de branche	2
2.1 Algemene branche karakteristieken.....	2
2.2 Omzetontwikkelingen.....	3
2.3 Algemene trends en ontwikkelingen.....	4
2.4 Wetgeving: Nederlands, Europees en wereldwijd	5
2.5 Verpakkingen.....	6
Consumentenverpakkingen (B2C).....	6
Transportverpakkingen (BtoB)	10
2.5 Raakvlakken met andere branches.....	13
3. Blik op de toekomst: generieke ambities	14
4. Specifieke doelen voor 2022	16
4.1 Transportverpakkingen.....	16
4.2 Consumentenverpakkingen.....	18
4.3 Overige doelen	20
4.4 Samenvatting doelen.....	21
5. Acties naar 2022	22
6. Monitoring	23

1. Inleiding

De wereld om ons heen verandert in hoog tempo. Dit brengt kansen en uitdagingen met zich mee. Maatschappelijk verantwoord ondernemen is standaard geworden en duurzaamheid staat bij in onze sector hoog op de agenda. Overheden en bedrijven voelen de urgentie om zuinig om te gaan met grondstoffen en het milieu.

In de eerste ronde hebben INretail, Modint en VGT geen brancheverduurzamingsplan ingediend, omdat op dat moment het Convenant Duurzame Kleding en Textiel (CKT) in ontwikkeling was.

In het convenant zijn negen thema's opgenomen die door stakeholders, inclusief de overheid, als prioritair worden beschouwd. Het gaat om thema's als kinderarbeid, grondstoffen, gedwongen arbeid en water, energie en chemicaliën. Gelet op de vele kleine en grote incidenten die zich in de lange en complexe keten van textiel en kleding voordoen verwachten stakeholders de meeste impact te kunnen realiseren door gezamenlijk deze onderwerpen aan te pakken.

Parallel daaraan liep de implementatie van de afschaffing van de gratis plastic tas. Hierdoor was de timing voor een brancheplan ongelukkig. De branchevertegenwoordigers hebben daarom besloten dat het verduurzamen van verpakkingen op dat moment ondergeschikt was aan onder andere het verduurzamen van de textielvezels en productieprocessen, gelet op de milieu impact door de gehele keten.

Inmiddels is er voldoende draagvlak om wel een eigen Brancheplan Duurzaam Verpakken (BDV) op te stellen. Het brancheplan biedt kansen om op brancheniveau verdere stappen te zetten.

De Brancheplannen Duurzaam Verpakken zijn voor bedrijven in een branche een belangrijke hefboom om zelf, ook op brancheniveau, de handen aan het roer te houden.

Rol van de sector: faciliterend op precompetitief vlak

- Het BDV kan zodanig ingericht worden dat het een praktische invulling geeft aan Europese regelgeving en de essentiële eisen.
- Tevens kan een branche met een goed doordacht plan proactief toekomstige regelgeving mogelijk voorblijven.
- Een BDV helpt een branche ook om helder te communiceren aan de buitenwereld over de inzet en resultaten om duurzaam te verpakken.

2. Beschrijving van de branche

2.1 Algemene branche karakteristieken

INretail, Modint en VGT vertegenwoordigen samen de mode, textiel en sportbranche. Onder de leden bevinden zich onder andere fabrikanten, importeurs, grootwinkelbedrijven, agenten en retailers van mode, interieur(textiel), tapijt, schoenen, accessoires en sportkleding.

Modint is het business netwerk van fabrikanten, importeurs, agenten en groothandelaren in kleding, modeaccessoires, tapijt en (interieur)textiel. Er zijn ongeveer 450 bedrijven aangesloten. Zij realiseren jaarlijks een gezamenlijke omzet van € 9 miljard in Nederland. Hiervan wordt ruim 50% geëxporteerd.

INretail is er voor iedereen die een winkel heeft in retail non-food. Al 100 jaar helpen ze ondernemers vooruit. Namens 13.000 winkels knokken zij voor een sterke winkeconomie.

VGT (Vereniging van Grootwinkelbedrijven in Textiel) is de vereniging van warenhuizen en modeketens in Nederland. Gezamenlijk vertegenwoordigen zij in Nederland ongeveer 28.000 medewerkers, € 3,5 miljard omzet en 1000 winkellocaties.

Wereldmarkt

Het overgrote deel van de textiel-, kleding- en sportartikelen die op de Nederlandse markt wordt verkocht, is buiten Nederland geproduceerd en dan met name in Azië. Dit betekent dat ook het grootste deel van de verpakkingen wordt geïmporteerd. Deze verpakkingen komen in eerste instantie terecht bij de distributiecentra van winkelketens, merken en handelaren, die daarvoor krachtens het Besluit Beheer Verpakkingen verantwoordelijkheid dragen.

Een kenmerk van de mondiaal opererende textiel-, kleding- en sportsector is dat vrijwel geen enkel bedrijf meer de hele keten regisseert. Voor zover bedrijven sturing hebben, hebben zij dat op een (beperkt) deel van hun keten. Voor de meeste bedrijven geldt daarnaast dat zij de logistiek en daarmee de inzet van verpakkingsmiddelen “ondergaan” en niet zelf organiseren.

De uitdaging waarvoor de sector zich dus geplaatst ziet voor wat betreft verduurzaming van verpakkingen, is ertoe bij te dragen dat de markt het onderwerp gaat oppakken.

Daarom is het belangrijk dat de inspanningen worden geplaatst in een heldere “business case”, waaruit blijkt dat verduurzaming van verpakkingen ook voor onze leden loont want leidt tot verlaging van hun operationele kosten.

De inzet van de sector(organisaties) zal er dus op gericht (moeten) zijn dat via marktwerking lagere logistieke kosten kunnen worden gerealiseerd, omdat minder en lichtere verpakkingsmaterialen worden ingezet waarmee kosten worden bespaard.

2.2 Omzetontwikkelingen

Er zijn verschillende onderzoeken naar de omzetontwikkeling van de textiel, mode, en sportbranche. Onderzoeken van het CBS en INretail geven verschillende cijfers. Hieronder wordt per sector een inzicht gegeven in de omzetontwikkeling. Ondanks de kleine groei, is er volgens de cijfers van het CBS de totale omzet de afgelopen 10 jaar sterk afgenomen, bijna 10% van de omzet in kleding en schoenen is verdampt¹.

Kleding

Volgens berekeningen van het CBS groeide de omzet in de kledingindustrie in 2018 met 1%, ten opzicht van een 1,2% groei in 2017¹. Uit de jaarcijfers van INretail/GFK Fashionscan over de modesector blijkt dat er slechts een groei van 0,1% was². De afwijkende cijfers kunnen verklaard worden door de meetmethode en definities die de verschillende partijen hanteren. Bijvoorbeeld: Het CBS neemt puur online spelers niet mee in haar meting.

Schoenen

Ook in de schoenensector is er een verschil te zien tussen de cijfers van het CBS en van INretail/GFK ShoeScan. Volgens het CBS was er in 2018 een omzetkrimp van 2,2% voor winkels in schoenen en lederwaren¹. De INretail/GFK ShoeScan laat meet een groei in omzet van 2,6% in 2018³. De afwijkende cijfers kunnen verklaard worden door de meetmethode en definities die de verschillende partijen hanteren. Bijvoorbeeld: Het CBS neemt puur online spelers niet mee in haar meting.

Sport

INretail/SportMonitor heeft geen omzet cijfers voor 2018. In 2018 werd een omzetzak van -0,3% gemeten.

2017			
Sport totaal	Sportkleding	Sportschoenen	Sporthardwaren
-0,3%	+4,5%	-5,4%	-1,3%

Tabel 1: omzetontwikkeling 2017 (t.o.v. 2016). Bron: INretail SportMonitor

Textiel

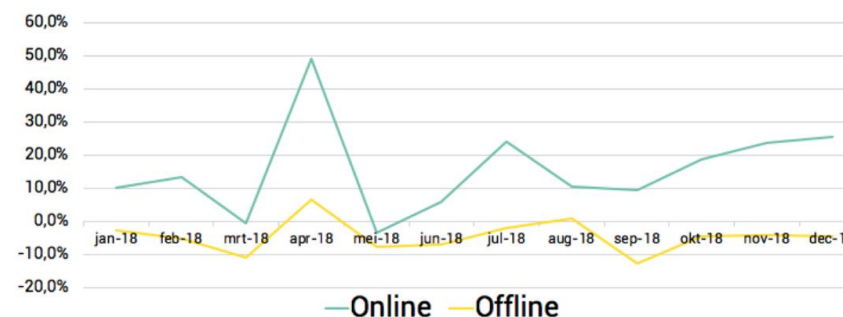
Er zijn geen concrete cijfers beschikbaar voor de omzetontwikkeling in de textielsector.

¹ <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/83868NED/table?ts=1551261305139>

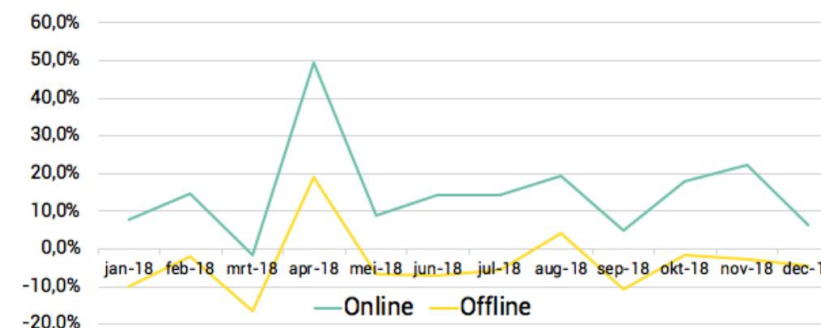
Verkoop van fysieke winkels en online kanalen

Artikelen uit deze branche worden zowel via fysieke winkels als online webwinkels verkocht.

Als we het type verkoopkanaal onder de loep nemen, dan is ook daar een verschil in omzetprestatie te zien. Volgens INretail/GFK Fashionscan was er in de mode een groot verschil tussen twee kanalen; de omzet van online verkopen steeg met 14,5%, tegen een omzet afname voor offline kanalen van -3,9%². Deze trend is ook in de schoenenbranche te zien. Volgens INretail/GFK ShoeScan steeg in 2018 de online omzet met 14,6% en daalde de offline omzet met -4,6%³.



Figuur 1: Omzet mode online en offline



Figuur 2: Omzet schoenen online en offline

² https://www.inretail.nl/Uploaded_files/Zelf/jaarcijfers-5c-35579945-2.7513cd.pdf

³ https://www.inretail.nl/Uploaded_files/Zelf/jaarcijfers-5c-35698738-3.b4c9ff.pdf

2.3 Algemene trends en ontwikkelingen

Duurzaamheid

Het bevorderen van duurzaamheid binnen en buiten de productieketen staat hoog op de agenda van INretail, Modint, en VGT en haar partners.

Samen met een brede coalitie van bedrijven en andere organisaties hebben wij het Convenant Duurzame Kleding en Textiel ondertekend. Samen gaan we aan de slag om misstanden zoals uitbuiting, dierenleed of milieuschade te voorkomen. Ruim vijftig bedrijven hebben zich inmiddels geëngageerd aan het Convenant Duurzame Kleding en Textiel.

INretail en VGT werken ook aan duurzaamheid in de winkel door duurzamere verlichting en minder plastic tassen.

Functie van fysieke winkels veranderd

Het aandeel van online verkoopkanalen groeit gestaag. Dit heeft als resultaat dat de functie van fysieke winkels verandert. Uit onderzoek van ABN Amro blijkt dat er verschillende winkelfuncties zijn die belangrijk zijn voor de consumenten.

- Ervaring: Het kunnen voelen en uitproberen van producten en het ontdekken van nieuwe dingen.
- Expertise: Klanten bezoeken winkels om zich te laten adviseren, kennis op te doen, en de juiste keuze te maken.
- Efficiëntie: Het bezoeken van een fysieke winkel is snel en gemakkelijk omdat je je aankopen direct kan meenemen..



Figuur 3: Toekomstbestendige winkelconcepten (Bron: ABN Amro)

2.4 Wetgeving: Nederlands, Europees en wereldwijd

Raamovereenkomst Verpakkingen

De Raamovereenkomst Verpakkingen 2013-2022 die in 2012 is gesloten tussen het Nederlandse verpakkende bedrijfsleven, ministerie I&M en het Vereniging van Nederlandse Gemeenten (VNG) bevat afspraken over een groot aantal aspecten van het verpakkingendossier.

In Nederland zijn bedrijven die verpakte producten op de markt brengen wettelijk verplicht te zorgen voor het inzamelen en recyclen van de verpakkingen: de producentenverantwoordelijkheid. De Stichting Afvalfonds Verpakkingen heeft deze verantwoordelijkheid van deze bedrijven op zich genomen.

Afvalbeheersbijdrage

Per 1 januari 2013 is de verpakkingenbelasting omgezet in een Afvalbeheersbijdrage Verpakkingen. Iedere producent/importeur die meer dan 50.000 kg verpakkingen op de Nederlandse markt brengt moet jaarlijks een Afvalbeheersbijdrage betalen.

Voor meer informatie zie <http://www.afvalfondsverpakkingen.nl/>.

Materiaalsoort	Tarief 2019 €/kg excl. btw	Tarief 2016 / 2017 / 2018 €/kg excl. btw	Tarief 2013 / 2014 / 2015 €/kg excl. btw
Glas	€ 0,0560	€ 0,0560	€ 0,0595
Papier/karton	€ 0,0220	€ 0,0220	€ 0,0233
Kunststof regulier tarief	€ 0,6400	€ 0,6400	€ 0,3876
Kunststof lager tarief *	€ 0,3800 *	n.v.t.	n.v.t.
Biodegradeerbaar kunststof **	is tarief kunststof: € 0,6400 **	€ 0,0200	€ 0,0212
Aluminium	€ 0,0200	€ 0,0200	€ 0,0212
Overige metalen	€ 0,0200	€ 0,0200	€ 0,0212
Hout	€ 0,0200	€ 0,0200	€ 0,0212
Andere materiaalsoorten	€ 0,0200	€ 0,0200	€ 0,0212
Algemeen tarief	€ 0,7700	€ 0,7700	€ 0,4700
Drankenkartons	€ 0,3800	€ 0,1800	€ 0,0120
Statiegeldflessen	€ 0,0200	€ 0,0200	€ 0,0212

Kunststoffles > 0,75 liter zonder statiegeld	Tarief 2018 / 2019	Tarief 2015 / 2016 / 2017
Valt buiten heffingsvrije drempel van 50.000 kilo per kalenderjaar.	€ 0,25 per fles excl. btw	€ 7,50 per kilo excl. btw

Tabel 2: Tarieven Afvalfonds Verpakkingen 2019

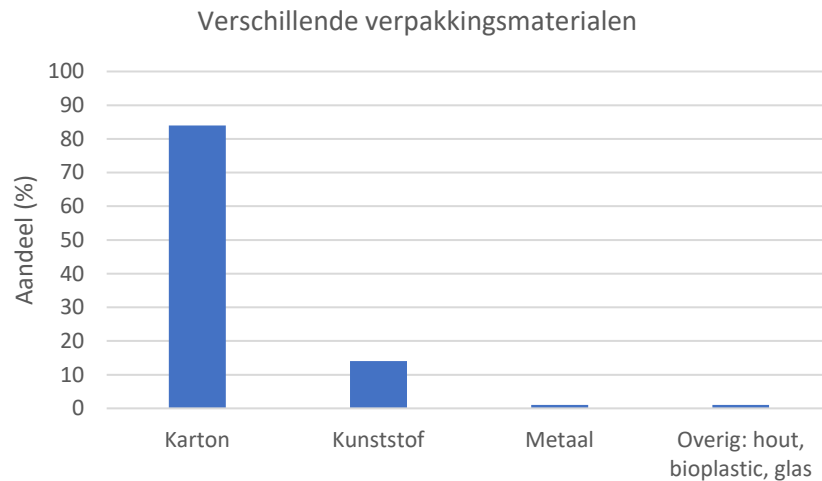
2.5 Verpakkingen

Verpakkingen worden vooral ingezet om producten te beschermen tijdens het transport, en zo te voorkomen dat producten beschadigen of kreuken.

Het materiaal van de verpakkingen wordt ingezameld en hergebruikt, om zo de milieupact ervan te beperken. Daarnaast spannen toeleveranciers zich in om de hoeveelheid verpakkingsmateriaal tot een minimum te beperken.

Deze paragraaf zal inzicht geven in het landschap van verpakkingen in de branche. De verschillende type verpakkingen worden besproken, er wordt onderscheid gemaakt tussen primaire en secundaire verpakkingen en verschillende materiaalgroepen.

Volgens cijfers van het Afvalfonds (2014) is de verhouding tussen de verschillende verpakkingsmaterialen voor de branche ongeveer als volgt: karton 84%, kunststof 14%, metaal 1%. Verder (lager dan 1%) wat hout, bioplastics en glas.



De foto's in dit stuk zijn illustratief, maar beogen niet iets te zeggen over het beleid van de betreffende retailer.

Consumentenverpakkingen (B2C)

Een primaire verpakking is de verpakking waarin een product wordt verkocht aan de consument (B2C). De meeste verpakkingen in de mode-, textiel- en sportbranche zijn van kunststof. De verpakking beschermt het product en informeert de consument over het product. Tevens ondersteunen sommige verpakkingen in het etaleren aan rekken in de winkel door middel van haken.

Kunststof

Er wordt veel kunststof gebruikt voor het verpakken en etaleren van producten. Hieronder een overzicht van veel voorkomende kunststof verpakkingen.

Polybags (kunststof zakken): Sommige producten worden verkocht in een kunststof verpakking, zoals t-shirts, overhemden en ondergoed (zie onderstaande afbeeldingen). Het materiaal van deze polybags is over het algemeen polypropyleen (PP) of polyethyleen (PE). In het geval van PE gaat het meestal om low-density polyethyleen (LDPE).



Kunststof zak met kartonnen insert



Kunststof zak met haak



Kunststof zak met kartonnen insert

Bij online bestellingen ontvangt de consument individueel verpakte kledingstukken in transparante kunststof zakken. Deze zakken worden vervolgens verpakt in een verzendverpakking (doos of zak). De verzendverpakking valt niet in de scope van dit BDV, maar onder het BDV van Thuiswinkel.org.

Kledinghangers: Sommige kleding producten worden verkocht met een kledinghanger, zie onderstaande afbeeldingen. Dit komt het meest voor bij kinderkleding en ondergoed. Naast kinderkleding en ondergoed, die meestal verkocht worden met een relatief kleine, plastic hanger, worden ook kostuums inclusief (grotere) hanger verkocht.



Zwemkleding verkocht met hanger



Kinderkleding verkocht met hanger



Kinderkleding verkocht met hanger



Kunststof hanger voor sokken

Stickers: Ook zien we dat stickers op kleding worden geplakt, bijvoorbeeld zoals in de onderstaande afbeelding waar de sticker de maat van het shirt aangeeft.

Haken: Accessoires, ondergoed en sokken, en sportartikelen worden vaak met een kunststof haak in het schap gehangen. Op de markt zien we zowel zwarte als transparante kunststofhaken. Zie onderstaande afbeeldingen voor voorbeelden.



Kunststof haak voor ophangen woontextiel



Kunststofhaak voor het ophangen van een sjaal



Kunststof haak, product zit met een textielpin aan de haak



Stickers op kleding

Potentie voor verbetering/verduurzaming van kunststof product-verpakkingscombinaties:

- Kleding verkocht met kunststof kledinghangers: De kledinghanger is een overbodige verpakking en heeft potentie voor hergebruik.
- Accessoires verkocht met kunststof hangers en haken: De hanger is een overbodige verpakking en heeft potentie voor hergebruik.

Kunststof + karton

Overhemden: Zijn verpakt met veel verschillende materialen, zie onderstaande afbeelding. Zo wordt het overhemd om een karton heen gevouwen, bevat het een karton of plastic strook in de kraag, en soms speldjes om e.e.a. op de plaats te houden. Ook wordt er vaak gebruik gemaakt van vloeipapier en is het geheel verpakt in een kunststof zak.



Kunststof versterking in kraag

Ondergoed en sokken: Worden veelal verkocht in een verpakking van zowel kunststof als karton. Vaak is het product gehecht aan het karton, waaraan een kunststof haak is bevestigd zodat het in de winkel kan worden opgehangen, zie voorbeelden links en midden van de onderstaande afbeeldingen. De plastic haak is moeilijk te verwijderen, wat het scheiden van de verpakking in mono-stromen bemoeilijkt.

Op de markt zijn ook voorbeelden te vinden waarbij de twee materialen wel goed te scheiden zijn, zie rechts van onderstaande afbeeldingen.



Materialen zijn moeilijk te scheiden



Materialen zijn moeilijk te scheiden



Eenvoudig te scheiden materialen

Potentie voor verbetering van multi-material product-verpakkingscombinaties:

- Recyclebaarheid: Bij het gebruik van verschillende materialen is het essentieel dat deze in verschillende materiaalstromen gescheiden kunnen worden
- Verminderen van (verschillende) verpakkingsmaterialen

Karton

Schoenendozen: Schoenen en sportschoenen worden meestal verpakt in een kartonnen schoenendoos die veel bescherming biedt. De dozen in de markt variëren in grootte op basis van de omvang van de schoen, om zo ruimte te besparen in transport. In een schoenendoos worden verschillende papieren vulmaterialen gebruikt, zoals vloeipapier waar de schoenen in liggen, en proppen papier of kartonnetjes om de schoenen op te vullen. Schoenendozen worden vaak gezien als belangrijk communicatiemiddel naar klanten.



Schoenendoos als communicatiemiddel



Schoenendoos met vloeipapier



Schoendoos van Puma. Jaarlijks wordt met deze doos 60% water, energie en brandstof bespaart, daarnaast wordt 8200 ton minder karton gebruikt.

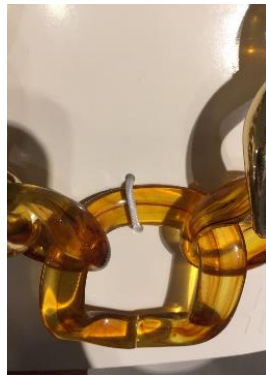


In het goedkopere segment worden vaak schoenen zonder doos verpakt. Deze worden waarschijnlijk wel in een polybag verpakt.

Kartonnen hangverpakkingen: Veel accessoires en sportartikelen worden, bijvoorbeeld met elastiek, gehecht op kartonnetjes in die het schap gehangen kunnen worden, zie links en midden van onderstaande afbeeldingen. Daarnaast wordt de kartonnen verpakking veel ingezet voor het verpakken van bijvoorbeeld sokken en panty's, zie rechts van onderstaande afbeeldingen.



Sportartikelen gehecht op kartonnen hangverpakking



Accessoire gehecht op kartonnen hangverpakking



Kartonnen hangverpakking voor beenmode

Potentie voor verbetering van kartonnen product-verpakkingscombinaties:

- Schoendozen: Vermindering van materiaal, en het voorkomen van het gebruik van andere materialen dan papier/karton.
- Herkomst van het papier en karton: bij voorkeur gerecycled, anders FSC/PEFC gecertificeerd
- Recyclebaarheid: Wat is de impact van alle coatings en bedrukking op het recycleproces?

Labels

Alle kleding bevat een label van het merk met daarop onder andere prijsinformatie. Een label is veelal van karton of papier. Soms bestaat een label uit verschillende lagen, of bevat een kledingstuk meerdere labels. Het label wordt aan de kleding gehecht met een kunststof textielpin of een synthetisch of natuurlijk touwtje. Soms worden er ook kleine speldjes gebruikt om de labels aan de kleding te hechten. Zie afbeeldingen voor voorbeelden.



Kunststof textielpin, met weinig labels



Kunststof textielpin, met veel labels



Combinatie van kunststof textiel pinnen en touwtjes om de labels te bevestigen

Potentie voor verbetering van labels:

- Verminderen van het aantal labels
- Herkomst van materiaal: gebruik van gerecycled papier en karton, of anders FSC/PEFC gecertificeerd materiaal.

Overig

Buiten de gangbare verpakkingen zoals hierboven genoemd zijn er ook opvallende alternatieve verpakkingen in de markt.



Tas voor het verpakken van bokshandschoenen

Potentie voor verbetering van overige verpakkingen:

- Recyclebaarheid: De verschillende materialen die in een verpakking gebruikt worden moeten eenvoudig te scheiden zijn.

Transportverpakkingen (BtoB)

Behalve consumentenverpakkingen gebruikt de sector vooral ook verpakkingsmaterialen voor transport en distributie. Het gaat hierbij om kunststof folie, kartonnen dozen, kunststof kratten en houten pallets.

Voor de verzending van e-commerce bestellingen wordt veel gebruik gemaakt van kartonnen dozen en kunststof verzendzakken. Deze vallen onder de scope van het BDV van Thuiswinkel.org en worden niet meegenomen in de BDV voor textiel, mode, en sport.

Ter inventarisatie van transportverpakkingen in de branche is op 13 februari een distributiecentrum in Tegelen bezocht. Uit het gesprek blijkt dat de meeste artikelen in Azië worden geproduceerd en in containers worden verscheept naar Nederland. 5-10% wordt per lucht vervoerd, dit zijn vaak high-end producten of vertraagde orders. Merken plaatsen hun bestellingen op basis van voororder: winkels bestellen bij een merk de aantallen die zij verwachten nodig te hebben, of op voorraad: er wordt algemeen ingekocht (vaak basics). De verpakkingen voor deze verschillende bestelprocessen zijn hetzelfde, alleen de handeling verschilt:

Voororder verkocht

1. Voororder verkocht op basis van samples, er wordt door winkels besteld wat ze verwachten nodig te hebben
2. Order wordt geproduceerd. Vaak in China, Bangladesh, India, Turkije
3. Transport van de order naar de haven. Hier vindt de officiële overdracht plaats: order is nu eigendom van de klant. Vaak gebeurt dit transport niet op pallets. Producten worden in een zeecontainer geladen en verscheept.
4. Na aankomst in de haven worden de orders naar het distributiecentrum vervoerd.
5. In het distributiecentrum worden de orders mogelijk ontdaan van de verpakking en opnieuw in andere aantallen verpakt voor verzending naar verschillende vestigingen.

Op voorraad kopen

1. Er wordt op voorraad ingekocht
2. Productie en transport identiek aan stap 2-4 van de voororders
3. In het distributiecentrum wordt de order opgeslagen.
4. Wanneer er een bestelling wordt geplaatst (bijv. door een winkel) worden d.m.v. order picking alle items verzameld en verscheept.

Deze items liggen vaak langer in het magazijn.

De verschillende transportverpakkingen worden in deze paragraaf toegelicht.

Karton

Exportdozen: Veel textiel, mode, en sportartikelen worden in Azië geproduceerd en per boot verscheept naar Nederland. Deze artikelen worden verpakt in kartonnen exportdozen. Op basis van het bezoek aan het distributiecentrum blijkt dat artikelen worden geleverd in dozen van veel verschillende afmetingen, stevigheden, en materialen (zie voorbeelden in onderstaande afbeeldingen. Door de afwijkende maten van deze dozen kunnen pallets niet efficiënt worden gevuld en wordt er veel ruimte verloren in het transport.

Vaak worden dozen over-gespecificeerd om schade tijdens het transport te voorkomen; de vervoerde vracht is waardevoller dan de doos zelf. Zoals in de onderstaande afbeelding is te zien komt het ook voor dat dozen onder-gespecificeerd zijn of te vol worden gestopt.

Bij aankomst bevat een exportdoos veel stempels en stickers. Waar mogelijk hergebruiken distributiecentra deze exportdozen. Vaak is dit echter niet mogelijk omdat merken deze

dozen als marketingmiddel zien. In dit geval worden de producten verpakt in een nieuwe doos.



Exportdozen in verschillende afmetingen

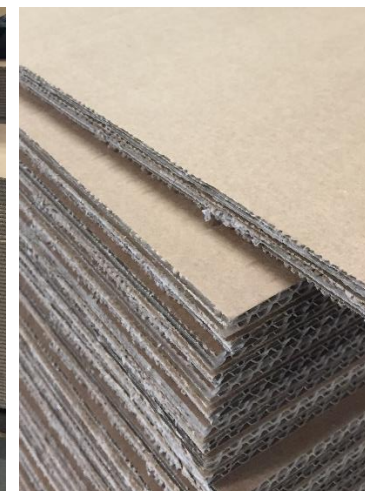


Export dozen die niet stevig genoeg zijn.

Distributie dozen: Na aankomst in Nederland worden bestelling gescheiden, ontdaan van verpakking en opnieuw verpakt in vaak nieuwe dozen. Het distributiecentrum dat bezocht is tijdens het opstellen van dit BDV gebruikte zeer hoogwaardige dozen, zie onderstaande afbeelding. Volgens Greenway Logistics heeft een transportverpakking tijdens het transport in Nederland meer te verduren dan gedurende het overzeese transport.



Dozen voor binnenlands transport



Close-up van deze dozen

Potentie voor verbetering van kartonnen transportverpakkingen:

- Meer hergebruik van exportdozen voor transport in Nederland
- Opstellen van een standaard voor exportverpakkingen uit Azië, om pallets zo optimaal mogelijk te kunnen vullen met zo min mogelijk verpakkingsmateriaal.
- Voorkomen van over-gespecificeerde dozen
- Meer gerecycled materiaal in dozen, anders kiezen voor FSC/PEFC gecertificeerd materiaal

Pallets en palletfolie

De dozen of kratten worden op pallets gestapeld. Deze pallets worden omwikkeld met rek- en wikkelfolie. Voor recycling is kleurloos, transparant, en onbedrukt wikkelfolie wenselijk. In Nederland wordt vrijwel alles op een dergelijke manier verpakt. Bij de import is hier minder invloed op.



Gebruik van kleurloze transparant folie



Geïmporteerde dozen, gewikkeld in gekleurde folie

Potentie voor verbetering van pallets en palletfolie:

- Alleen gebruik van transparant en onbedrukt wikkelfolie.

Kunststof

Polybags: Vrijwel alle verkoopeenheden zijn verpakt in een polybag (kunststof zak). Voor bijvoorbeeld sokken bestaat een verkoopeenheid uit meerdere sokkenparen.



Individuele verkoopeenheden verpakt in een polybag



Verkoopeenheid verpakt in een alternatieve zak

Kledinghangers: De hoeveelheid kleding die hangend wordt vervoerd neemt sterk af. Een deel van de kleding wordt in Azië wel met hanger verpakt, maar niet hangend verscheept. Deze hangers worden wel in het distributiecentrum gebruikt (zie onderstaande afbeeldingen) en eventueel in de winkel gebruikt voor het etaleren van de kleding. Vaak heeft een winkel haar eigen (hoogwaardige) hangers waarop ze de binnengekomen kleding etaleert. Veel kledinghangers worden niet hergebruikt maar aangeboden voor recycling. Het is onbekend hoeveel gerecycled kunststof in deze hangers wordt verwerkt.



Kleding hangend in een DC



Closeup

Sommige winkels maken gebruik van het hanger retour systeem. In het distributiecentrum wordt de kleding op hangers gehangen en zo naar de winkel getransporteerd. De kledinghangers gaan na verkoop van het product terug naar het distributiecentrum waar ze worden hergebruikt.



Kledinghangers van karton

Kratten: Kunststof kratten zijn herbruikbare verpakkingen die gebruikt worden voor het bevoorraden van winkels. De geïmporteerde artikelen worden opnieuw verpakt in deze kratten en gedistribueerd. De herbruikbare kunststofkratten worden momenteel alleen door grote ketens gebruikt binnen een gesloten systeem. In het bezochte distributiecentrum werd geen gebruik gemaakt van deze kunststof kratten.



Herbruikbare kunststof kratten

Potentie voor verbetering van kunststof transportverpakkingen:

- Meer hergebruik van rigide kunststof verpakkingen (zoals bijvoorbeeld de kledinghangers)
- Recyclebaarheid van de verpakkingen.

2.5 Raakvlakken met andere branches

Thuiswinkel.org

Een toenemend aandeel van de mode en sportartikelen wordt via online retailkanalen verkocht. Dit betekent dat de samenwerking met Thuiswinkel.org van steeds groter belang gaat worden.

Belangrijkste thema's in deze sector zijn:

- Optimaliseren logistiek en vullingsgraad (dozen)
- Toepassen gerecycled kunststof (verzendzakken)
- FSC/PEFC certificering (dozen)

3. Blik op de toekomst: generieke ambities

De sector heeft als doel de milieudruk van haar verpakkingen zoveel mogelijk te verlagen. Dit wil de sector doen door de hoeveelheid verpakkingen te verlagen, duurzame grondstoffen te gebruiken, en de materialen kringloop voor karton en kunststofverpakkingen te sluiten.

De sector streeft er naar om alle verpakkingen uiterlijk 2030 volledig circulair te maken.

De focus van het brancheplan 2019-2022 ligt op secundaire verpakkingen, maar waar er behoefte is, kunnen er ook trajecten worden gestart met betrekking tot primaire verpakkingen.

Hierbij wordt onderstaande R-hiërarchie gevolgd (ofwel de Ladder van Lansink), binnen de grenzen van de technische, economische en bedrijfskundige realiteit.

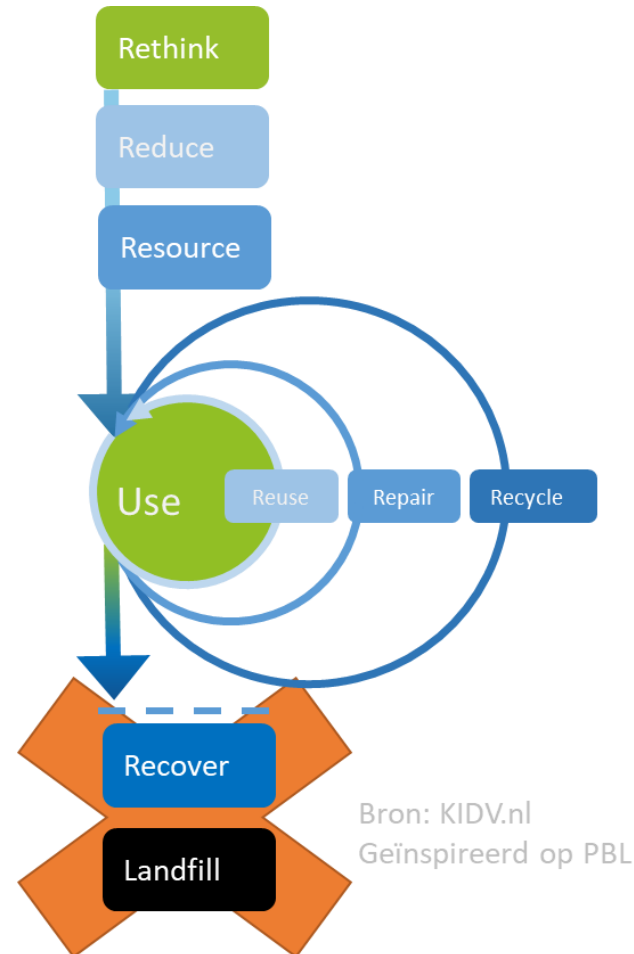
Rethink: Het product vervult een bepaalde behoefte. Hoe kan deze behoefte vervuld worden vanuit een circulaire gedachte. Dit thema speelt in toenemende mate binnen de mode-sector, maar heeft vooral betrekking op de kleding en het gebruik hiervan.

Reduce: Met zo min mogelijk grondstoffen wel de benodigde functionaliteit behalen. Dit kan op gespannen voet staan met het beter recyclebaar maken van verpakkingen.

Reuse: Het hergebruik van de integrale verpakking. Dit thema speelt vooral in het logistieke keten, ofwel voor transportverpakkingen. Voorbeelden zijn onder meer het gebruik van kunststof kratten in plaats van kartonnen dozen en poolpallets in plaats van eenmalige pallets.

Resource: Het toepassen van gerecyclede grondstoffen en hernieuwbare grondstoffen met dezelfde functionaliteit als virgin grondstoffen. Dit thema speelt met name in de productielanden, waar de producten verpakt worden.

Recycle: De verpakking sorteren en recycelen in de huidige systemen.



Bron: KIDV.nl
Geïnspireerd op PBL

De R-hiërarchie dient als startpunt voor het formuleren van ambities voor de branche. In de ambities wordt onderscheid gemaakt tussen transportverpakkingen (B2B) en consumentenverpakkingen (B2C). Transportverpakkingen betreft de secundaire en tertiaire verpakking, waarin de producten vanuit het productieland naar Nederland worden verscheept, en in Nederland vanuit distributiecentra naar de winkels die worden bevoorrad. De consumentenverpakking betreft de verpakking waarin de consument het product aanschaft, inclusief informerende labels.

Transportverpakkingen

Reduce: Standaardisatie en optimalisatie van transportverpakkingen, om zo effectiever te verpakken en materiaal te besparen.

Reuse: Waar mogelijk worden in Nederland/Europa herbruikbare transportverpakkingen ingezet, bijvoorbeeld pallets, kratten en kledinghangers.

Resource: Het inzetten van duurzame materialen, zoals gerecycled of biobased kunststoffen en FSC/PEFC gecertificeerd karton.

Recycle: Alle transportverpakkingen die onze leden in 2022 op de markt brengen zijn zodanig ontworpen dat ze optimaal geschikt zijn voor recycling

Consumentenverpakkingen

Reduce: Materiaalgebruik in verpakkingen wordt geminimaliseerd en waar mogelijk worden producten niet verpakt.

Resource: Inzetten van duurzame materialen, zoals gerecycled of biobased kunststof en FSC/PEFC gecertificeerd karton.

Recycle: Alle verpakkingen die onze leden in 2022 op de markt brengen zijn zodanig ontworpen dat ze optimaal geschikt zijn voor recycling.

4. Specifieke doelen voor 2022

Het vorige hoofdstuk beschreef de generieke doelen voor de textiel-, mode-, en sportsector voor 2022. Om deze doelen meer vorm te geven en handvatten te bieden voor hun uitvoering in de praktijk worden in dit hoofdstuk voor elk generieke doel één of meerdere specifieke doelen geformuleerd. Elk doel wordt kort toegelicht en er wordt een aanzet gedaan voor bijbehorende acties of de uitvoering van het doel.

4.1 Transportverpakkingen

Reduce: Standaardisatie en optimalisatie van transportverpakkingen, om zo effectiever te verpakken en materiaal te besparen.

Doel 1: Ontwikkelen en invoeren van een internationale standaard voor exportdozen voor overzees transport, m.b.t. afmetingen, stevigheid, en materiaal.

Exportdozen gebruikt voor het transport van artikelen van Azië naar Nederland. Er is momenteel geen standaard voor deze exportdozen, wat resulteert in een grote variatie in afmetingen, stevigheden en materialen. Dit zorgt voor verschillende problemen:

- Inefficiënte vulling van pallets
- Overtollig materiaalgebruik door over-gedimensioneerde dozen
- Ingestorte dozen door onder-gedimensioneerde dozen
- Beperkt gebruik van gerecycled karton of karton van een FSC/PEFC gecertificeerde oorsprong.
- Beperkt hergebruik van de exportdozen voor distributie in Nederland.

De ontwikkeling en invoering van een internationale standaard zal milieuwinst opleveren doordat er minder materiaal wordt gebruikt voor de exportdozen, pallets efficiënter kunnen worden opgebouwd waardoor minder lucht wordt vervoerd, en de potentie voor meer hergebruik van de exportdoos. Naast dat deze aspecten milieuwinst opleveren biedt het ook economische voordelen. Er hoeft minder geld uitgegeven te worden aan verpakkingsmateriaal, transportkosten, en Afvalbeheersbijdrage.

Acties/Uitvoering

- Onderzoek en ontwikkeling van een internationale standaard voor exportdozen.
- Betrekken van leden in de ontwikkeling van deze standaard, bijvoorbeeld door het organiseren van kennisuitwisselingsbijeenkomsten.

- Invoering van deze standaard, bijvoorbeeld door het opnemen in leveranciersvoorwaarden.

Doel 2: Optimalisatie van dozen gebruikt voor distributie van artikelen in Nederland, wanneer het gebruik van een exportdoos niet mogelijk is.

Bij aankomst van bestellingen in distributiecentra in Nederland worden deze herverdeeld en opnieuw verpakt voor distributie in Nederland. Er is een nadrukkelijke voorkeur voor het hergebruik van exportdozen voor die doeleinde (zie doel 1), maar wanneer dit niet mogelijk is worden artikelen verpakt in een nieuwe doos. Omdat deze dozen maar kortstondig gebruikt worden is het van belang dat er zo min mogelijk materiaal wordt toegepast in deze transportverpakking. Minimalisatie van het materiaalgebruik staat hier dus voorop

Acties/Uitvoering

- Verkennen van de mogelijkheden voor het inzetten van een herbruikbare verpakking zoals kunststof kratten (zie doel 5)
- Onderzoeken hoe nieuwe dozen ook kunnen worden hergebruikt.
- Onderzoeken wat de sterkte van een doos moet zijn voor het transport in Nederland, om over dimensionering van distributiedozen te voorkomen.

Doel 3: Waar mogelijk bundelen van verkoopenheden in één polybag om zo kunststof te besparen.

Momenteel worden verkoopenheden allemaal individueel verpakt. Dit vraagt om grote hoeveelheden kunststofverpakkingen, die maar kort worden gebruikt. Deze kunststofverpakkingen worden vrijwel nooit gebruikt voor het etaleren van producten in de winkel, de verpakkingen worden doorgaans door het winkelpersoneel verwijderd. Dit biedt potentie voor verbetering. In plaats van alle items individueel in een polybag te verpakken kunnen meerdere items gezamenlijk in een polybag worden verpakt. Op deze manier wordt er materiaal bespaard.

Acties/Uitvoering

- Onderzoeken van de praktische mogelijkheden verkoopenheden te bundelen.

Reuse: Waar mogelijk worden in Nederland/Europa herbruikbare transportverpakkingen ingezet, bijvoorbeeld exportdozen, kledinghangers en kratten.

Doel 4: Waar mogelijk wordt de exportdoos hergebruikt voor herverdeling en distributie van artikelen in Nederland.

Bij aankomst van bestellingen in distributiecentra in Nederland worden deze herverdeeld en opnieuw verpakt voor distributie in Nederland. Momenteel wordt vaak een nieuwe doos gebruikt voor het transport in Nederland. Voor sommige merken heeft deze doos ook een marketingwaarde, ook al wordt de doos niet gezien door de uiteindelijke consument. Door exportdozen te hergebruiken voor distributie in Nederland kan veel nieuw verpakkingsmateriaal worden voorkomen.

Het is onbekend hoeveel exportdozen op dit moment worden hergebruikt voor distributie in Nederland. Zoals genoemd is de marketingwaarde van de distributiedoos één van de knelpunten in het hergebruik. Om hergebruik van exportdozen te vergroten wordt aangeraden de knelpunten te inventariseren met de leden en gezamenlijk naar oplossingen te zoeken die deze problemen weg kunnen nemen.

Acties/Uitvoering

- In kaart brengen van de huidige stand van zaken: Hoeveel exportdozen worden gebruikt voor distributie in Nederland.
- Organiseren van een werksessie voor het inventariseren van de knelpunten voor meer hergebruik van exportdozen.
- Ontwikkelen van een standaard voor exportdozen (zie doel 1)

Doel 5: Vergroten van het gebruik van herbruikbare kratten voor distributie van artikelen in Nederland.

Een alternatief voor het hergebruiken van de exportdoos is het toepassen van herbruikbare kratten voor distributie in Nederland. Momenteel worden deze beperkt ingezet: alleen waar er een gesloten distributiesysteem is. Herbruikbare kratten besparen veel materiaal voor de productie van nieuwe dozen en leveren daarmee milieuwinst. Wanneer het retoursysteem goed georganiseerd is biedt het ook kansen voor economische winst.

Acties/Uitvoering

- Organiseren van werksessies voor het verkennen van de mogelijkheden voor het opschalen van herbruikbare kratten.
- Verkennen van de milieuwinst van het toepassen van herbruikbare kratten. Hoe vaak gaat een krat mee en hoeveel karton wordt er bespaard?

Resource: Het inzetten van duurzame materialen, zoals gerecycled of biobased kunststoffen en FSC/PEFC gecertificeerd karton.

Doel 6: 50% gerecycled content voor polybags, kunststoffolies, en 80% gerecycled content in kledinghangers.

Om schade tijdens het transport te voorkomen, worden alle verkoopeenheden individueel verpakt in polybags. Om de milieu impact van de polybags te verlagen kan gerecycled kunststof in worden gezet. Daarnaast bieden kledinghangers een goede mogelijkheid voor het inzetten van gerecycled kunststof.

Het vergroten van het gebruik van gerecycled plastic lijkt ook uit met het Plastic Pact, dat bestaat uit vier concrete doelstellingen die in 2025 gerealiseerd moeten zijn. Eén van deze doelstellingen richt zich op het toepassen van gerecycled kunststof: in 2025 moet er gemiddeld genomen 30% gerecycled kunststof zitten in alle verpakkingen. Kunststofverpakkingen voor de textiel-, mode-, en sportbranche lenen zich goed voor het toepassen van gerecycled kunststof: er hoeft geen voedsel te worden verpakt en er is weinig contact tussen de verpakkingen en de consument.

Acties/Uitvoering

- Kennisdeling tussen koplopers en kleinere bedrijven.
- Verkenning van gebruik gerecyclede kunststoffen in Azië
- Opnemen van eisen voor gerecycled kunststof in de leveranciersvoorwaarden van leden

Doel 7: Streven naar 100% inzet gerecycled papiervezel in transportverpakkingen en indien papier/karton op basis van virgin vezel toch noodzakelijk is (t.b.v. functionaliteit zijnde niet marketing doeleinden) dan alleen FSC/PEFC gecertificeerd papier/karton van duurzame oorsprong.

In de branche bestaan veruit de meeste verpakkingen uit papier en karton. Duurzaam materiaalgebruik is daarom essentieel. Er is een nadrukkelijke voorkeur voor het gebruik van gerecyclede papiervezels. Wanneer dit niet mogelijk is wordt er papier/karton van gecertificeerde oorsprong gebruikt. Dit geldt voor zowel voor distributiedozen in Nederland als exportdozen.

Een mogelijk knelpunt voor het gebruik van gerecycled materiaal in dozen is de marketingwaarde van de doos. Deze doos wordt echter niet door de consument gezien of gebruikt. Het staat dus ter discussie wat de werkelijke marketingwaarde van deze dozen is. Mogelijk kan dit worden onderzocht of in een werksessie met de leden verder worden verkend.

Acties/Uitvoering

- Opnemen van eisen voor gerecyclede of gecertificeerde papiervezels in de leveranciersvoorwaarden van leden

Recycle: Alle transportverpakkingen die onze leden in 2022 op de markt brengen zijn zodanig ontworpen dat ze optimaal geschikt zijn voor recycling.

Doel 8: Alle transportverpakkingen zijn zodanig ontworpen dat ze optimaal geschikt zijn voor recycling.

Recyclebaarheid is essentieel om de materiaalketen te kunnen sluiten om hergebruik van materialen nodig te maken. Voor papier en dozen betekent dit bijvoorbeeld dat ze zo min mogelijk bedrukt worden, en gebruik van stickers en tape wordt beperkt. Voor palletfolie betekent dit dat alleen gebruik wordt gemaakt van transparante, onbedrukte folie.

Acties/Uitvoering

- Opnemen van richtlijnen in leveranciersvoorwaarden.

4.2 Consumentenverpakkingen

Reduce: Materiaalgebruik in verpakkingen wordt geminimaliseerd en waar mogelijk worden producten niet verpakt.

Een focus op het minimaliseren van materiaalgebruik. Functionaliteit en kwaliteit moet behouden blijven. Bij consumentenverpakkingen speelt communicatie wel een rol.

Doel 9: Gebruik van eenmalige hangers voor kleding en accessoires wordt drastisch teruggedrongen. Er worden géén eenmalige hangers meer meegegeven aan consumenten, en in distributie in Nederland en in winkels worden herbruikbare hangers gebruikt.

Momenteel worden veel hangers voor kleding en accessoires meegegeven aan consumenten. Het gaat hierbij voornamelijk om relatief goedkope producten zoals ondergoed en kinderkleding. Deze single-use hangers vormen veel verpakkingsmateriaal wat maar heel kort wordt gebruikt. Daarnaast gaat het om veelal zwarte kunststoffen die niet goed uit het huishoudelijk plastic afval kunnen worden gescheiden. Hergebruik van hangers zou dus veel verpakkingsmateriaal voorkomen. Het moet worden uitgezocht wat de impact is op het logistieke proces in winkels als deze hangers worden hergebruikt.

Naast gebruik maken van herbruikbare hangers kunnen papieren hangers worden gebruikt. Hierbij is het van belang dat deze hangers van gerecycled papier zijn.

Acties/Uitvoering

- Organiseren van een werksessie voor het inventariseren van knelpunten en mogelijkheden voor het reduceren van het gebruik van eenmalige kledinghangers.
- Onderzoeken of kartonnen kledinghangers een duurzaam alternatief vormen.

Doel 10: Onderzoeken van de mogelijkheden tot materiaalbesparing voor het verpakken van schoenen.

Voor het verpakken van schoenen wordt relatief veel materiaal gebruikt: schoenen worden opgevuld met propfen papier, in vloeipapier gewikkeld, en in een schoenendoos geplaatst. Soms worden ook kunststof schoen oprekkers gebruikt.

Voor het opvullen van sommige schoenen wordt ook wel een kartonnetje gebruikt in plaats van een papieren prop. Dergelijke oplossingen vervullen eenzelfde functie, maar dan met minder materiaal. Ook de doos zelf kan worden geëvalueerd: is zoveel karton echt nodig? In de praktijk zien we voorbeelden die minder materiaal gebruiken, zie de cases hieronder.

Acties/Uitvoering

- Delen van best practices voor het besparen van materiaal voor het verpakken van schoenen

Resource: Inzetten van duurzame materialen, zoals gerecycled of biobased kunststof en FSC/PEFC gecertificeerd karton.

Doel 11: 50% van de harde kunststoffen in verpakkingen (hangers) bestaan uit gerecycled materiaal. En onderzoeken van de mogelijkheden voor het toepassen van gerecycled content en biobased content in folies.

Kunststofverpakkingen zoals kledinghangers bieden een kans voor het toepassen van gerecycled materiaal. Op deze manier kan de sector bijdragen aan het stimuleren van de vraag naar gerecycled kunststof.

Tevens bieden folies potentie voor het toepassen van gerecycled content. Omdat het hier gaat om consumentenverpakkingen is er altijd een afweging met de marketingwaarde van de verpakking. Het wordt daarom aanbevolen te onderzoeken wat de mogelijkheden voor het toepassen van gerecycled content in deze verpakkingen is. Tevens biedt het toepassen van biobased materiaal een kans om de milieu impact van de folies te verlagen, naar verwachting zal hierbij de uitstraling van de verpakking ook minder veranderen.

Acties/Uitvoering

- Kennisdeling tussen koplopers en kleinere bedrijven.
- Verkenning van gebruik gerecyclede kunststoffen in Azië
- Opnemen van eisen voor gerecycled kunststof in de leveranciersvoorwaarden van leden
- Onderzoek naar toepassingsmogelijkheden gerecycled en biobased content in folies.

Doel 12: Streven naar 100% inzet gerecycled papiervezel en indien papier/karton op basis van virgin vezel toch noodzakelijk is (t.b.v. functionaliteit zijnde niet marketing doeleinden) dan alleen gecertificeerd papier/karton van duurzame oorsprong.

In de branche bestaan veruit de meeste verpakkingen uit papier en karton. Duurzaam materiaalgebruik is daarom essentieel. Er is een nadrukkelijke voorkeur voor het gebruik van gerecyclede papiervezels. Wanneer dit niet mogelijk is wordt er papier/karton van gecertificeerde oorsprong gebruikt.

Een mogelijk knelpunt voor het gebruik van gerecycled materiaal in dozen is de marketingwaarde van de verpakkingen waarin het product wordt aangeboden. (schoendozen, labels, doosjes, etc.).

Acties/Uitvoering

- Opnemen van voorwaarden duurzame oorsprong van papier/karton in leveranciersvoorwaarden.

Recycle: Alle verpakkingen die onze leden in 2022 op de markt brengen zijn zodanig ontworpen dat ze optimaal geschikt zijn voor recycling.

Doel 13: Alle verpakkingen die in 2022 op de markt worden gebracht zijn optimaal geschikt voor recycling.

Recyclebaarheid van verpakkingen is essentieel om de materiaalketen te kunnen sluiten. Voor het verpakken van sportartikelen, kleding en accessoires worden veel verschillende verpakkingen gebruikt, vaak met meerdere materialen. Als uitgangspunt voor de verpakkingen geldt:

- Op 50% van de consumentenverpakkingen moet een weggooiwijzer worden afgebeeld.
- Er moet worden voldaan aan de KIDV recyclecheck
- Gebruik van coatings moet worden beperkt
- Alle samengestelde verpakkingen zijn eenvoudig te scheiden in mono-stromen. (Zoals plastic haakjes in kartonnetjes).

Nu worden vaak elementen zoals glanzende coatings in verpakkingen gebruikt om het een luxere uitstraling te geven. Echter zijn deze hinderlijk in de recycling.

Acties/Uitvoering

- Opnemen van richtlijnen in leveranciersvoorwaarden.
- Organiseren van workshops over design for recycling.

4.3 Overige doelen

Doel 14: Leden ondersteunen bij het opzetten van verpakkingsadministratie voor het afvalfonds.

Uit het vooronderzoek blijkt dat er voor veel leden onduidelijkheid is over de verpakkingsadministratie die door het afvalfonds gevraagd wordt. Het informeren van leden over de eisen van het afvalfonds en hen ondersteunen bij het opzetten van de verpakkingsadministratie zal voor hen een grote meerwaarde bieden. Een van de elementen waar leden moeite mee hebben is het bepalen hoeveel verpakkingen zij gebruiken. Een mogelijke oplossing hiervoor is het ontwikkelen van standaarden voor verschillende producten. *Bijvoorbeeld: voor het verpakken van een t-shirt is x gram kunststof en x gram papier nodig.*

Het opzetten van een verpakkingsadministratie biedt ook voordelen. Het biedt producenten inzicht in de verpakkingsvolumes die zij verbruiken. Tevens vormt het een stimulans tot verduurzaming. Door minder verpakkingen te gebruiken kan geld worden bespaard op de heffingskosten én de verpakking zelf.

Acties/Uitvoering

- Informatiebijeenkomst over het afvalfonds en verpakkingsadministratie.
- Richtlijnen bieden voor het opzetten van een verpakkingsadministratie.
- Richtlijnen bieden voor het bepalen hoeveel verpakkingen worden verbruikt.

4.4 Samenvatting doelen

In onderstaande tabellen zijn alle doelen voor transportverpakkingen en consumentenverpakkingen samengevat.

Transportverpakkingen	
Reduce: Standardisatie en optimalisatie van transportverpakkingen, om zo effectiever te verpakken en materiaal te besparen.	
1.	Ontwikkelen en invoeren van een internationale standaard voor exportdozen voor overzees transport, m.b.t. afmetingen, stevigheid, en materiaal.
2.	Optimalisatie van dozen gebruikt voor distributie van artikelen in Nederland, wanneer het gebruik van een exportdoos niet mogelijk is.
3.	Waar mogelijk bundelen van verkoopeenheden in één polybag om zo kunststof te besparen.
Reuse: Waar mogelijk worden in Nederland/Europa herbruikbare transportverpakkingen ingezet, bijvoorbeeld pallets, kratten en kledinghangers.	
4.	Waar mogelijk wordt de exportdoos hergebruikt voor herverdeling en distributie van artikelen in Nederland.
5.	Vergroten van het gebruik van herbruikbare kratten voor distributie van artikelen in Nederland.
Resource: Het inzetten van duurzame materialen, zoals gerecycled of biobased kunststoffen en FSC/PEFC gecertificeerd karton.	
6.	50% gerecycled content voor polybags, kunststoffolies, en 80% gerecycled content in kledinghangers.
7.	Streven naar 100% inzet gerecycled papiervezel en indien papier/karton op basis van virgin vezel toch noodzakelijk is (t.b.v. functionaliteit zijnde niet marketing doeleinden) dan alleen gecertificeerd papier/karton van duurzame oorsprong.
Recycle: Alle transportverpakkingen die onze leden in 2022 op de markt brengen zijn zodanig ontworpen dat ze optimaal geschikt zijn voor recycling	
8.	Alle transportverpakkingen zijn zodanig ontworpen dat ze optimaal geschikt zijn voor recycling.

Consumentenverpakkingen	
Reduce: Materiaalgebruik in verpakkingen wordt geminimaliseerd en waar mogelijk worden producten niet verpakt.	
9.	Gebruik van eenmalige hangers voor kleding en accessoires wordt drastisch teruggedrongen. Er worden géén eenmalige hangers meer meegegeven aan consumenten, en in distributie in Nederland en in winkels worden herbruikbare hangers gebruikt.
10.	Onderzoeken van de mogelijkheden tot materiaalbesparing voor het verpakken van schoenen.
Resource: Inzetten van duurzame materialen, zoals gerecycled of biobased kunststof en FSC/PEFC gecertificeerd karton.	
11.	50% van de harde kunststoffen in verpakkingen (hangers) bestaan uit gerecycled materiaal. En onderzoeken van de mogelijkheden voor het toepassen van gerecycled content en biobased content in folies.
12.	Streven naar 100% inzet gerecycled papiervezel en indien papier/karton op basis van virgin vezel toch noodzakelijk is (t.b.v. functionaliteit zijnde niet marketing doeleinden) dan alleen FSC/PEFC gecertificeerd papier/karton van duurzame oorsprong.
Recycle: Alle verpakkingen die onze leden in 2022 op de markt brengen zijn zodanig ontworpen dat ze optimaal geschikt zijn voor recycling.	
13.	Alle verpakkingen die in 2022 op de markt worden gebracht zijn optimaal geschikt voor recycling.
Overige doelen	
14.	Leden ondersteunen bij het opzetten van verpakkingsadministratie voor het afvalfonds.

5. Acties naar 2022

Ontwikkelen leveranciersvoorwaarden

Door duurzaamheidsaspecten op te nemen in de leveranciersvoorwaarden kunnen duurzamere verpakkingen door de keten heen worden gestimuleerd. Modint, INretail en VGT kunnen hun leden ondersteunen in het ontwikkelen van leveranciersvoorwaarden op gebied van duurzaamheid, bijvoorbeeld door standaard teksten te ontwikkelen. Aspecten die onder andere opgenomen kunnen worden in de leveranciersvoorwaarden zijn:

- Eisen voor exportdozen
- Eisen voor verpakkingsmaterialen; gerecycled kunststof, gerecycled papier/karton of FSC/PEFC gecertificeerd
- Eisen voor transparante, onbedrukte palletfolie

Tevens is het belangrijk te verkennen hoeveel invloed een merkeigenaar of inkoper heeft op de duurzaamheid van haar (transport)verpakkingen.

Workshops

Door het organiseren van interactieve en informatieve workshops, werksessies en bijeenkomsten wordt kennisuitwisseling onder leden gestimuleerd en kan er gezamenlijk worden gezocht naar duurzame oplossingen.

- Kennisuitwisseling met ketenpartners (2019)
- PE/PP folie (gewichtsreductie en recycled content)
- Onderzoeken van verbetermogelijkheden voor transport-verpakkingen: kartonnen dozen en andere transportverpakkingen (kratten, trays, folie en pallets)
- Ondersteunen van leden bij het opzetten van verpakkingsadministratie

Steekproef in winkels

Met behulp van een steekproef in winkels zal met behulp van de KIDV Recyclecheck voor verpakkingen worden bepaald of de gebruikte verpakkingen recyclebaar zijn. Dit kan gebeuren door middel van zelfevaluatie door bedrijven zelf of met behulp van een externe adviseur.

Communicatie

Het onderwerp Duurzaam Verpakken staat nog niet bij alle leden duidelijk op de kaart. Om dit te verbeteren wil de sector een branche-visie over duurzaam verpakkingen naar buiten brengen.

Verpakkingsadministratie opzetten

Via de partnerorganisatie Greenway Logistics zullen leden ondersteund worden bij het opzetten van verpakkingsadministratie voor het afvalfonds.

6. Monitoring

Om in 2022 een goede monitoring van het Brancheplan Duurzaam Verpakken te kunnen doen is een nulmeting van de doelen nodig. Zo kan er een goed beeld worden verkregen van de huidige stand van zaken in de mode-, textiel- en sportbranche, en kan in 2022 de voortgang worden gemeten.

Nulmeting

Om goed beeld te krijgen van de huidige stand van zaken omtrent (duurzaam) verpakken in de mode, textiel en sportbranche, zal er een extra onderzoek uitgevoerd worden ter ondersteuning van het brancheverduurzamingsplan. Het onderzoek zal uitgevoerd worden door Greenway Logistics, in opdracht van Modint, INretail en VGT, branchevertegenwoordigers. Het onderzoek hoopt te resulteren in cijfers die beter aan de ambities en doelstellingen van het brancheverduurzamingsplan gekoppeld kunnen worden. Daarnaast ligt er een ambitie om drie innovaties verder te onderzoeken, om het afvalpercentage in de branche te verminderen.

Het onderzoek zal bestaan uit drie onderdelen, te weten:

1. Analyse en aggregatie van de reeds beschikbare (macro)branche cijfers. De cijfers worden opgevraagd bij KIDV en Afvalfonds.
2. Onderzoek en analyse van de verpakkingsaangiften van enkele grote leden van Modint en INretail. Deze cijfers worden opgehaald door Greenway en zullen worden geïnventariseerd en uitgesplitst naar materiaal, plaats in de keten (B2B/B2C), volume etc. Om vervolgens, samen met de macrocijfers te worden geanalyseerd.
3. Inventarisatie en toetsing van 3 innovaties gericht op reductie van verpakkingsafval. We werken een drietal mogelijke innovaties uit, welke een substantieel verschil kunnen maken in onze keten. Hiervoor zullen (materiaal)specialisten worden ingeschakeld. Denk bijvoorbeeld aan een pilot met het verminderen van de hangtags aan producten, het in zijn geheel verminderen van B2B verpakkingsmateriaal (voornamelijk karton en folies), of nieuwe materialen waarmee het verpakkingsgewicht gereduceerd zal worden en de milieu-impact kan worden teruggebracht, bijvoorbeeld een alternatief voor polybags

Enquête

Een enquête onder de leden kan bruikbare resultaten opleveren. Of dit middel wordt ingezet voor de monitoring wordt in een later stadium beslist.

Interviews

Telefonische interviews met de belangrijkste leden zullen ook voor de monitoring van het nieuwe brancheplan gebruikt kunnen worden. Dit middel zal vooral worden ingezet om kwalitatieve informatie op te halen, zoals 'best-practices'.