

# Circulariteit

Voortgangsrapportage 2023

We blijven de komende jaren experimenteren en onze klanten inspireren en verrassen met circulaire producten en diensten

Bij de Bijenkorf verkopen we producten om te koesteren, en leveren we een service om te herinneren. Deze filosofie sluit aan bij de drijfveren van de circulaire economie. Minder weggooien, vaker hergebruiken, koesteren en zorgen voor wat je hebt.

In het huidige lineaire systeem wordt waardecreatie gedreven door 'meer nieuw'. Door nieuwe grondstoffen te ontginnen, aan sneltempo nieuwe producten te produceren en na een korte levensduur weer af te danken. Dit model is onhoudbaar, natuurlijke hulpbronnen worden uitgeput en waardevolle grondstoffen gaan verloren met de afgedankte goederen. Een circulaire transitie is nodig, en we erkennen de rol die wij spelen in onze industrie.

De komende jaren zetten wij ons actief in voor circulariteit door onze eigen afvalstromen zoveel mogelijk te recyclen, en door ons circulaire aanbod te vergroten. Denk aan meer navullingen, maar ook vintage producten en hersteldiensten.

Onze reis naar een meer circulaire toekomst, die begon in 2020, leerde ons dat dit een proces is van vallen en opstaan. Waar sommige circulaire producten en diensten meteen werden omarmd door onze klanten, bleef commercieel succes uit voor andere. Desalniettemin blijven we de komende jaren onvermoeid experimenteren en onze klanten inspireren en verrassen met ons circulaire aanbod, met als doel: in 2030 bevat 30% van al onze transacties een circulair item.

Matthijs Visch  
CEO de Bijenkorf



# De beloften van de Bijenkorf

## CIRCULARITEIT

### Niet weggooien, maar opnieuw gebruiken

- in 2030 bevat 30% van onze verkopen een circulair item
- in 2030 wordt al ons afval gerecycled

## KLIMAAT

### Onze CO<sub>2</sub>-uitstoot reduceren

- in 2030 hebben wij onze CO<sub>2</sub>-uitstoot gehalveerd
- in 2027 heeft 76% van onze merken een CO<sub>2</sub>-doelstelling

## MATERIALEN

### Overgaan op meer verantwoorde materialen en grondstoffen

- jaarlijks groeit ons duurzame aanbod van de belangrijkste materialen met 10%
- in 2030 voldoet onze volledige winkelrichting aan onze green building guidelines

## KETEN

### Werken aan goede arbeids- en leef- omstandigheden

- we bouwen aan een waardig, veilig en rechtvaardig bestaan in onze keten

## WERKGEVERSCHAP

### Iedereen zich bijzonder laten voelen

- we streven naar gelijk loon voor gelijk werk
- we zijn een gewaardeerde, inclusieve werkgever
- in 2030 hebben we 100.000 levens positief beïnvloed

In 2030 bevat 30% van onze verkopen  
een circulair item

Mode, accessoires, beauty en verzorging

## De reis naar 30% circulaire transacties

De fashion- en retailindustrie staat voor een grote uitdaging. Op dit moment wordt waarde voornamelijk gecreëerd door het produceren en verkopen van nieuwe goederen, en de hang naar meer en nieuw te blijven stimuleren bij consumenten. De gebruiks- en levensduur van producten wordt steeds korter, producten worden relatief snel afgedankt, waardevolle grondstoffen gaan verloren terwijl er aan snel tempo nieuwe grondstoffen worden ontgonnen voor nieuwe producten. We overschrijden onze planetaire grenzen. Dit onderstreept het belang van een transitie naar een meer circulair model, waarbij we producten langer en vaker gebruiken.

Gedreven door innovatie, creativiteit, duurzaamheid en potentie van deze nieuwe markt definieerden we in 2020 onze [Circulaire Richtlijnen](#).

Hierin bouwen we verder op bestaande circulaire producten en diensten zoals producten met recyclede materialen en reparatie, en introduceren we nieuwe proposities zoals geüpcyclede producten.

Onze circulaire ambitie is vastgelegd in de Beloften van de Bijenkorf die we in 2024 lanceerden: in 2030 bevat een derde van onze verkopen een circulair item. Hierbij gaat het om transacties in de categorieën mode, accessoires, beauty en verzorging. Concreet betekent dit dat in 2030 op 30% van deze kassabonnen een circulaire service of product staat.

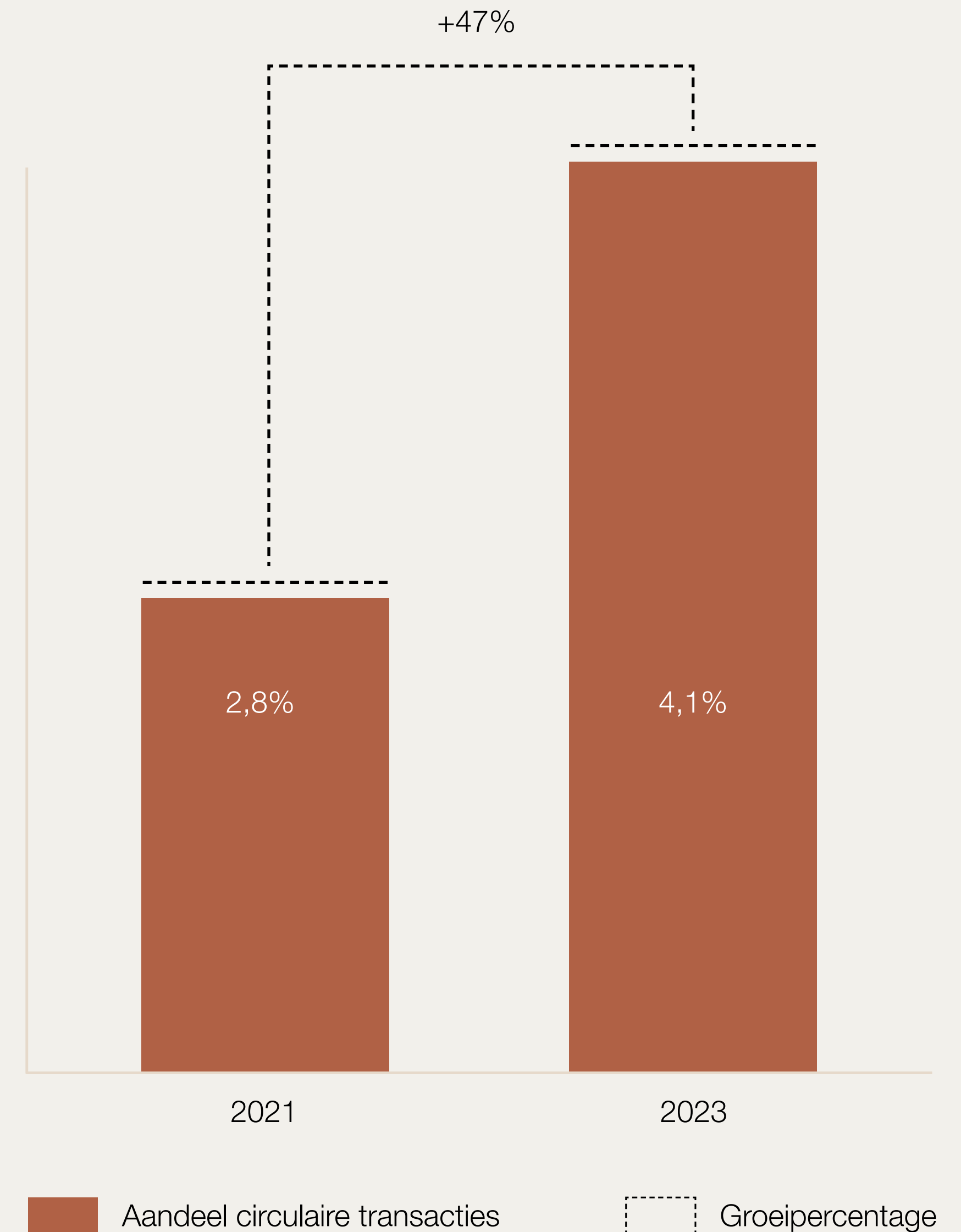
Met deze ambitie willen we voornamelijk circulair gedrag stimuleren van zo veel mogelijk klanten. Daarom hebben we ervoor gekozen deze doelstelling niet te meten in omzet, maar in aantal

transacties. Een kassabon met een circulaire service of product, zoals een oogschaduw navulling, wordt aangemerkt als een circulaire transactie. Bevat een kassabon twee circulaire items, bijvoorbeeld een bikini van gerecycled polyester en een sneaker schoonmaakbeurt, dan geldt deze kassabon ook als één circulaire transactie.

# Onze Circulaire transacties groeiden met de helft ten opzichte van vorig jaar

We meten het aandeel circulaire transacties sinds 2021. Hoewel nog steeds een bescheiden deel van het totaal, zien we het aantal transacties jaar op jaar groeien. In 2023 kwamen we uit op ruim 4% circulaire transacties in mode, accessoires en beauty en verzorging, zo'n 46,8% meer dan het jaar daarvoor.

Circulaire producten en diensten winnen steeds meer aan populariteit bij onze klanten, de jongere generaties voorop. Naar verwachting zullen oudere generaties deze circulaire initiatieven ook steeds meer omarmen. We vertrouwen op een exponentiële groei richting 2030, als ook de publieke opinie over circulaire producten en diensten verder evolueert.



## Circulaire initiatieven in 2023

De ontwikkeling van ons aanbod circulaire business modellen is een proces van trail en error. Uit klantonderzoeken blijkt een grote interesse in circulaire producten en diensten, maar de realiteit is wisselend. Verzorgingsbehandelingen voor handtassen en schoonmaakservices voor sneakers doen het goed, maar andere modellen, zoals verhuurservices, slaan minder aan.

In 2023 waren we actief met 14 circulaire initiatieven. Een kleine greep uit het aanbod.

### Navullingen

Navullingen voor cosmetica- en verzorgingsproducten worden al een geruime tijd aangeboden en zijn jaarlijks samen goed voor meer dan 1 miljoen euro omzet. Vooral de navullingen van Charlotte Tilbury en Rituals zijn populair. Steeds meer parfummerken bieden ook navullingen aan, een positieve trend voor komende jaren.

### Vintage

In 2023 waren de luxe vintage tassen van Etoile Luxury in onze winkels verkrijgbaar, werkten we samen met Anna + Nina voor vintagesieraden en verkochten we vintage en tweedehands kledingstukken online en in onze winkels met Salon Heleen Hülsmann, Enso Vintage, Jutka & Riska en the Collectives.

### Producten met gerecycled materiaal

Producten gemaakt van gerecycled materiaal vormen een belangrijk onderdeel van onze circulaire ambitie. Een uitschieter in 2023 was Longchamp, die duurzamere varianten van hun iconische shoppers introduceerden, gemaakt van gerecyclede nylon garen.

## Circulaire initiatieven in 2023

De ontwikkeling van ons aanbod circulaire business modellen is een proces van trail en error. Uit klantonderzoeken blijkt een grote interesse in circulaire producten en diensten, maar de realiteit is wisselend. Verzorgingsbehandelingen voor handtassen en schoonmaakservices voor sneakers doen het goed, maar andere modellen, zoals verhuurservices, slaan minder aan.

In 2023 waren we actief met 14 circulaire initiatieven. Een kleine greep uit het aanbod.

### Upcycled

In 2023 werkten we voor een tweede keer samen met de Wasserij. Dit collectief van makers zet zich in voor textielinnovatie door gebruik te maken van duurzame en circulaire materialen. Zij creëerden unieke geüpcyclede stukken van door ons afgeschreven goederen, die opnieuw werden aangeboden in onze winkels.

### Onderhoud

Onze onderhoudsservices maakten in 2023 de sterkste groei door van alle circulaire diensten en producten. Vooral de sneaker onderhoudsservice groeide hard en ging van een tijdelijke naar een permanente locatie in onze winkel in Amsterdam.

### Verhuur services

In 2022 lanceerden we onze verhuurservice, de Stijlstudio. Deze service liep tot begin 2023 en was voornamelijk gefocust op feestoutfits voor dames. Enkele tienduizenden euro's werden geïnvesteerd in een breed assortiment aan stijlen en maten, en de service was beschikbaar in onze filialen in Amsterdam en Rotterdam. Met een 70-tal verhuren, werden er elke week enkele jurken uitgeleend aan onze klanten. Dit aantal was echter te laag om het verhuurmodel op redelijke termijn rendabel te maken. In 2023, werd de verhuurservice voor nu stop gezet.

In 2030 wordt al  
ons afval gerecycled

# In 2030 recyclen we al ons afval door preventie, hergebruik, sorteren en recyclen

Als warenhuis en online retailer gaat onze dagelijkse operatie hand-in-hand met afval in onze winkels, distributiecentrum, hoofdkantoor, bakkerij en fotostudio. Het gaat om dozen, folies en vulmateriaal voor transport, groenafval uit onze keukens, maar ook klein afval in de prullenbakken op de winkelvloer.

Onze ambitie is recycling van al onze afvalstromen in 2030. We hanteren hiervoor de ladder van Lansink als leidraad:

1. Zo veel mogelijk afval vermijden
2. Hergebruik van materiaal
3. Recycling

Wij meten de voortgang op deze doelstelling aan de hand van data van onze afvalverwerkers. Zij rapporteren over de (recyclebare) afvalstromen die ze bij ons ophalen (bijv. 1.000 kg oud papier). Verliezen in het recycleproces bij de afvalverwerker verrekenen we niet, aangezien we hier geen invloed op hebben. Afvalverbranding voor energiet terugwinning beschouwen wij ook niet als recycling



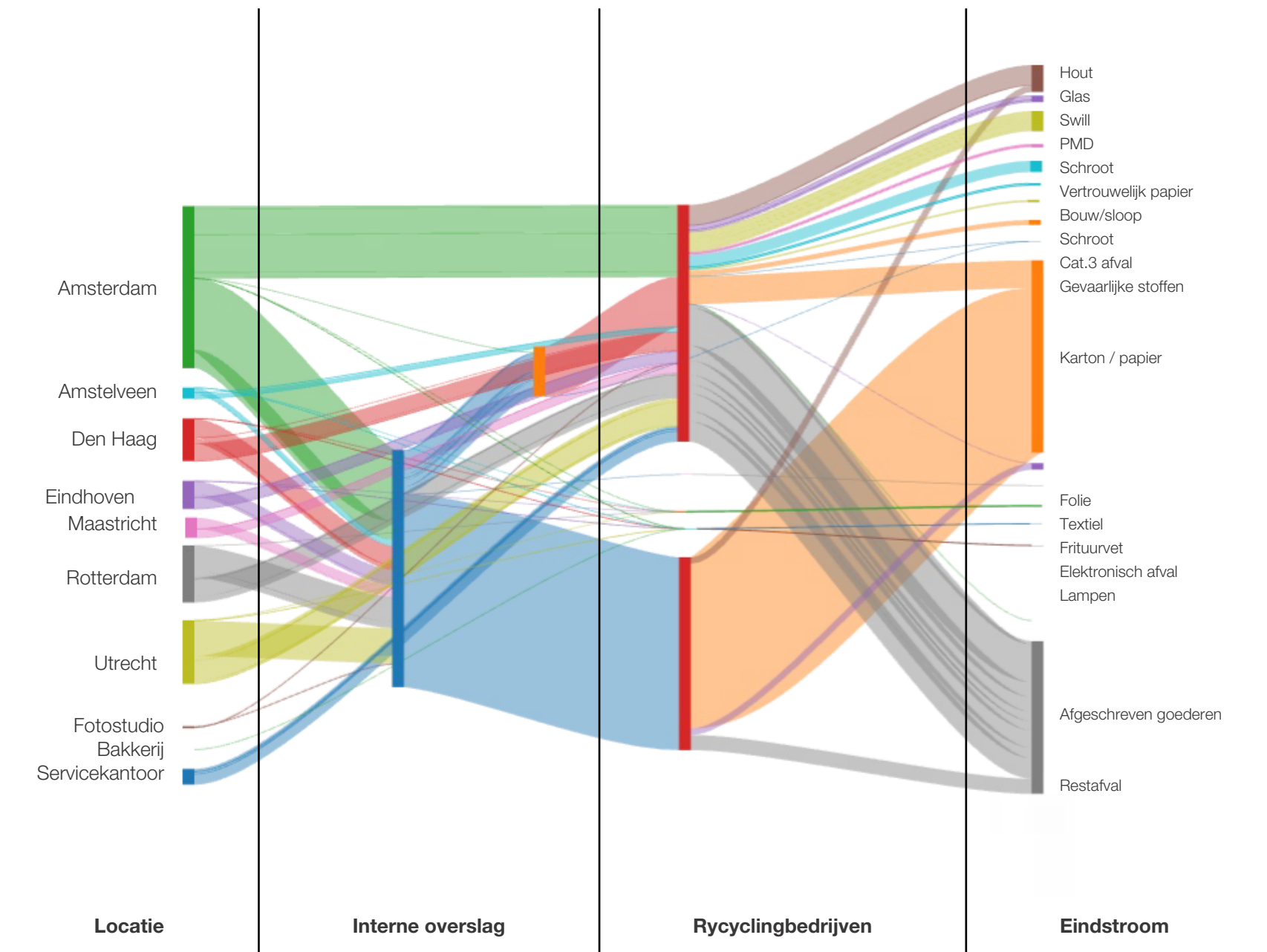
# In 2023 recycleden we 65% van ons afval

In 2023 werd 2.174 ton afval opgehaald bij onze vestigingen. Het meeste afval werd opgehaald aan de deur, maar we werkten ook met gecentraliseerde milieustraten bij onze winkels met beperkte opslagruimte. Zo worden in steden centraal grote volumes aangeboden aan de verwerkers.

Een goede afvalscheiding is de sleutel tot betere recycling. Momenteel werken we met 19 afvalstromen, waarvan 16 stromen worden gerecycled door 9 recyclingbedrijven. In 2023 werd zo 65% van het volume gerecycled.

Dit hoge recycling percentage is niet alleen gunstig voor onze circulariteitsdoelen, maar loont ook financieel. Een ton oud papier levert ongeveer 200 euro op, eenzelfde bedrag moet betaald worden voor papier dat bij het restafval eindigt.

De grootste niet-recyclebare stroom is het ongesorteerd restafval. Recyclebare bestemmingen vinden voor deze restroom vormt de grootste uitdaging voor de komende jaren.



# Vooruitkijken

# Blik op de reis richting 2030

De circulaire economie is een complexe systeemoplossing met als doel beter met grondstoffen en energie om te gaan. De mode-industrie moet een deel van haar ecosysteem opnieuw vormgeven, waarbij waarde niet enkel gecreëerd wordt door extra collecties op de markt brengen, maar door hoogwaardige producten te maken die lang meegaan en faciliterende diensten te bieden voor levensduurverlenging. Deze filosofie past bij onze visie op een hoogwaardig assortiment, en vormt een vruchtbare bodem om circulaire proposities te introduceren aan onze klanten.

We zien in onze klantonderzoeken dat de vraag naar circulaire modellen stijgt, met name onder de aankomende generatie klanten. We spelen op deze vraag in met een aanbod van verschillende circulaire initiatieven, maar de praktijk laat een discrepantie zien tussen intentie en gedrag van onze klanten. Dit kan wijzen op de klassieke 'intention-action gap', maar het kan ook betekenen dat ons aanbod (nog) niet aansluit bij de klantbehoefte. We zullen de komende jaren blijven experimenteren en lering trekken uit de feedback van onze klanten.

We maken deze reis niet alleen, de markt is in beweging. De EU zet volop in op een circulaire transitie in Europa met de Green Deal, de Circular Economy Action Plan en bijhorende wet- en regelgeving (Right-to-Repair, EU Strategy for Sustainable and Circular Textiles, etc.). Komende jaren zal dit ingrijpende veranderingen teweeg brengen in onze industrie, en veel van onze merken komen al in actie. Ze faciliteren steeds meer herverkoop van eerder verkochte collecties en introduceren meer gerecyclede producten in hun assortiment.

De komende jaren moeten we ook ons eigen grondstoffenmanagement, ons afvalbeheer, optimaliseren. De focus op weg naar 100% recycling van onze afvalstromen ligt voornamelijk op voorkomen en sorteren.

De transitie naar een circulaire economie is bij uitstek een transitie naar nieuwe en hernieuwde samenwerkingen. Wij kijken met vertrouwen uit naar de ontwikkelingen op dit vlak om samen met onze partners de circulaire mode- en retailindustrie vorm te geven.



**de Bijenkorf** 