

# Duurzaamheids verslag 2022



# Verantwoordelijkheid nemen en verschil maken

“Het verminderen van de productie en het gebruik van spullen is een uitdaging voor de hele samenleving. Als een van de grootste webwinkels van Nederland en België vinden we het belangrijk om hierin onze verantwoordelijkheid te nemen. We hebben een voorbeeldfunctie en alles in huis om met ons dagelijks handelen impact te maken. Daarom willen we ons platform continu verbeteren voor een betere toekomst voor ons allemaal.

Waar wij online winkelen vanaf onze start makkelijker maakten, kunnen we het nu makkelijker maken om duurzamer te winkelen. 2022 was hierin een belangrijk jaar. We namen bijvoorbeeld innovatieve inpakmachines in gebruik. Hiermee pakken we bestellingen precies op maat in. Dat scheelt veel karton waardoor we weer ruimte besparen in bezorgbusjes. En wanneer de originele verpakking stevig genoeg is pakken we artikelen helemaal niet meer in. Ook breiden we samen met onze verkooppartners het duurzamere assortiment continu uit en we zorgen ervoor dat klanten dat beter kunnen vinden. En dat werkt, want vorig jaar verkochten we al 2 keer zoveel duurzamere artikelen als in 2021.

Bol.com is de winkel van ons allemaal. Het is altijd belangrijk voor ons geweest dat iedereen mee kan doen. Daarom willen we een inclusieve samenleving bevorderen.

Dit komt onder meer naar voren in de vele initiatieven van de bol.com bollebozen om bij te dragen aan gelijke kansen voor kinderen in Nederland en België. En in het bieden van een diverse en inclusieve werkomgeving waar iedereen zichzelf kan zijn en zich kan ontwikkelen.

Dit betekent niet dat we vandaag of morgen al zijn waar we willen zijn. Maar wel dat we elke dag een nieuw stapje zetten richting een betere toekomst voor ons allemaal.”



**Margaret  
Verstedden - Van Duijn**

CEO van bol.com



**Duurzaamheid  
in vogelvlucht**

2 - 4

**Logistiek  
& omgeving**

5 - 10

**Winkel &  
assortiment**

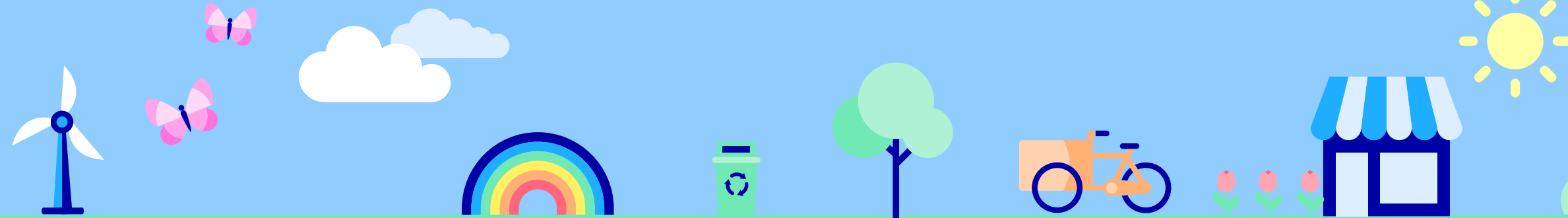
11 - 17

**Mens &  
maatschappij**

18 - 25

# Wat heeft bol.com bereikt in 2022?

## Duurzaamheid in vogelvlucht



### Mens & maatschappij

#### Logistiek & omgeving

#### Winkel & assortiment

**500K**



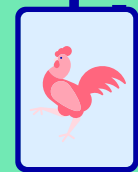
Ampère: 500K  
pakketjes duurzamer  
opgehaald bij  
verkooppartners

**4,4  
mln**



4,4 mln pakketten  
zonder kartonnen  
verpakking.

**460  
iPads**



460 iPads voor  
kwetsbare kinderen

**25 K**



25.000 letterpretpakketten  
om vakantieleesdip te  
voorkomen

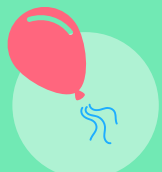
**X 2**



Duurzaam keurmerk:  
meer dan 2x  
zoveel artikelen  
in duurzamer  
assortiment



Haatdragende  
boeken weren met  
Toetsingskader  
discriminatie



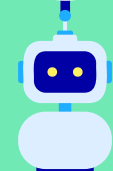
**2,7  
liter**

Gemiddelde  
besparing  
per pakket:  
2,7 liter lucht

**100%**

Uitbreiding  
fulfilmentcenter:  
100% groene energie  
13.000 zonnepanelen  
4 windmolens

**3  
Daags**



Robots leren  
programmeren op  
3-daags robotkamp

**35K**



35.000 cadeaus voor  
duizenden kansarme  
gezinnen



Swap Holidays: kies de  
feestdag die bij jou past



**837  
phones**

Tweede leven  
voor 837 telefoons  
bespaart:  
41.850 kilo aan  
CO2-uitstoot  
137.268 kilo aan  
grondstoffenwinning

**100%**



Retourdeal:  
voordeel  
voor klant op  
geretourneerde  
artikelen

# Net ietsje sneller dan de rest van de wereld

**Jori Ebskamp is Head of Sustainability bij bol.com. De 6 jaar dat hij er werkt heeft hij de focus op duurzaamheid enorm zien groeien. Hij legt uit wat de visie erachter is, vertelt over interne gedrevenheid en laat zien hoe bol.com verantwoordelijkheid neemt.**

## **Consumptiegedrag verander je niet in een dag**

We moeten met z'n allen anders consumeren, volgens Ebskamp. "Er zijn veel voorbeelden van bedrijven die duurzamer produceren en bezig zijn met andere consumptiemodellen. Vaak ontbreekt het echter aan schaal om daadwerkelijk iets te kunnen betekenen. En dat is zonde. Wij hebben 13 miljoen klanten. Een deel daarvan is koploper in het duurzamer consumeren, in het lenen en repareren van spullen of het kopen van tweedehands. Maar de overgrote klantengroep is nog niet zo ver. Er is dus nog een wereld te winnen. Wij kunnen hen helpen hun koopgedrag te veranderen. Dat doen we bijvoorbeeld door duurzamere merken als Naïf of The Good Roll een behoorlijke zet te geven. Via bol.com zijn ze namelijk zichtbaarder voor een grotere groep klanten. Zo vergroten we hun schaal en daarmee de impact."

## **Interne gedrevenheid**

Maar waarom vindt juist bol.com duurzaamheid zo belangrijk? Ebskamp: "Wij willen onszelf iedere dag verbeteren. Dus ook op het gebied van duurzaamheid. Dat trekt mensen aan die onderdeel willen zijn van dit proces. En er zit een duidelijke intrinsieke motivatie in veel van onze medewerkers."

Dat bleek bijvoorbeeld uit een intern onderzoek. Collega's gaven daarin massaal aan dat ze duurzaamheid enorm belangrijk vinden en langer bij ons willen werken daardoor. "

## **Meebewegen en verantwoordelijkheid nemen**

Als grote speler hebben we de slagkracht om impact te kunnen maken. Daarin schuilt ook gevaar. Want verlies je je grootte – en dus slagkracht – dan lopen klanten weg en bereik je niet het gewenste duurzamere resultaat. Ebskamp legt uit: "Dat betekent enerzijds luisteren naar en meebewegen met de klant en anderzijds heel duidelijk verantwoordelijkheid nemen. Tonen waarvoor je staat."

Belangrijke voorbeelden van de afgelopen jaren zijn daarin het stoppen met single use plastics. Maar ook duidelijk stelling nemen in de Pietendiscussie. En door nog meer bewuste zichtbare keuzes op het gebied van diversiteit en inclusie in ons Sinterklaasboek bijvoorbeeld. Je krijgt ook veel negativiteit over je heen, dus ik ben er trots op dat we dat doen."

### **Circulaire consumptie aan de horizon**

Ebskamp: "Het afgelopen jaar zijn we ontzettend druk geweest om duurzaamheid door te voeren in alle bedrijfsonderdelen. De Climate Neutral Standard-certificering was daarin echt een belangrijke stap. Verder groeit het verkooppercentage van onze duurzamere artikelen gestaag.

Daarin zit de echte impact, want dat gaat om enorme hoeveelheden. Uiteindelijk zullen we met z'n allen ooit de stap moeten maken naar circulaire consumptie. Dat betekent dat bedrijven omzet moeten loskoppelen van het aantal artikelen dat ze verkopen."

### **Kritisch blijven, maar wel doen!**

Wij willen voor onze klanten de plek zijn om elke dag iets duurzamer te winkelen. Ebskamp is bescheiden: "Er is nog genoeg te doen, dus onszelf op de borst kloppen is niet nodig. En het is goed om kritisch op onszelf te zijn. Als bedrijf vinden we dat ook ontzettend belangrijk. En al doen we het nog lang niet perfect, we zijn in ieder geval begonnen."



**Jori Ebskamp**

Head of Sustainability  
bij bol.com



# Logistiek & omgeving



# Wat we nog niet kunnen reduceren, compenseren we

**Vincent Weijers is als Chief Operating Officer onder meer verantwoordelijk voor de logistiek en operatie bij bol.com. Met hem blikken we kort terug op 2022 en kijken we vooruit naar een uitstootvrije toekomst. “Onze ambitie is duidelijk: we willen het elke dag beter doen: van zo zuinig mogelijk verpakken en bezorgen tot het gebruik van 100 procent wind- en zonne-elektriciteit in de gebouwen. Met ons duurzame assortiment willen we klanten helpen een bewuste keuze te maken en de CO2-uitstoot per pakket reduceren we zo veel mogelijk. Die stelligheid helpt ons enorm bij het maken van voorstellen en geeft mandaat om te handelen.”**

## **Impact vanuit opdrachtgeverschap**

In 2022 lag de focus op de CO2-uitstoot in de laatste kilometers. Oftewel bezorging met auto's en busjes. Weijers: “Dat is een flink aandeel in onze directe uitstoot. Dus we kijken voortdurend hoe we daarin kunnen reduceren. Ook bieden we onze verkooppartners aan ons hele logistieke netwerk te gebruiken, zoals het op laten halen van pakketjes door Ampère. Zo maken we impact vanuit opdrachtgeverschap. Dankzij onze schaalgrootte lukt dat.”

## **Minder karton**

Het verpakken van alle artikelen zorgt voor een heel groot deel van de uitstoot van onze logistiek. Ook daar ligt een vergrootglas op. Hoe gaat bol.com daarmee om? Weijers: “Dat begint met de vraag: moet er een verpakking omheen? En is het antwoord ‘ja’, vanwege discretie of een gebrekkige verpakking? Dan doen we dat

met zo min mogelijk karton. Daarvoor gebruiken we steeds vaker automatische verpakkingsmachines. Daarin ligt zeker een uitdaging. Kunnen we machines anders instellen voor verschillende standaardafmetingen? Zorgen voor minder snijverlies van karton? Hoe kunnen we artikelen nog beter geschikt maken voor no pack? Ons assortiment groeit en ontwikkelt zich, onze verpakkingsmethodes gaan daarin mee. Want hoe minder karton, hoe meer pakketjes die bus ingaan.”

## **Juiste mindset voor positieve bijdrage**

De uitstoot die er nog is, compenseren we. Weijers zegt daarover: “Compenseren is goed als het niet anders kan, maar reduceren is natuurlijk beter. En we laten ons niet leiden door te kijken naar wat we zelf nodig hebben, maar naar waar we toe in staat zijn. Hebben we een dak vrij? Laten we dat dan vullen met zonnepanelen. Hebben we niet alle energie nodig? Laten we dan terugleveren.

Of we in de toekomst klimaatpositief kunnen worden, weet ik niet. Maar we leveren in ieder geval een positieve bijdrage door bijvoorbeeld onze logistieke keten te verduurzamen. Dat is de mindset die we moeten hebben.”



**Vincent Weijers**

Chief Operating Officer  
bij bol.com



## Bol.com is gecertificeerd volgens de Climate Neutral Standard

Als eerste e-commercebedrijf in Nederland en België is bol.com gecertificeerd volgens de Climate Neutral Standard. Daar zijn we trots op. Maar wat betekent dat nu eigenlijk?

### CO2-uitstoot en reductiedoelen

Allereerst brachten we – samen met de Climate Neutral Group (CNG) – in kaart wat de CO2-uitstoot is van onze eigen processen, vanaf het moment dat artikelen bij bol.com in een fulfilment center binnenkomen tot de bezorging aan de voordeur van de klant, en alles daar tussenin. Vervolgens stelden we reductiedoelen op volgens de regels en richtlijnen van het Parijsakkoord om de uitstoot van onze processen te verminderen.

Van onze eigen organisatie en operatie berekenden we de uitstoot. De berekening is inclusief de impact van fulfilment centers, kantoren en serverlocaties. Ook energieverbruik, verpakkingen en bezorging zijn meegenomen. We reduceren de uitstoot volgens de met CNG opgestelde reductiedoelen en wat overblijft compenseren we. Daarnaast is de operationele uitstoot berekend van de verkooppartners die via ons platform verkopen. Die uitstoot compenseren we ook.

Ook voor de rest van de keten brachten we de uitstoot in kaart. Onder de vlag van moederbedrijf Ahold Delhaize volgen we de richtlijnen van het Parijsakkoord dat als doel heeft onder andere de opwarming van de aarde onder de 1,5°C te houden. Om dit te bereiken, zet Ahold Delhaize in op een vermindering van minstens 37% CO2-uitstoot in de hele waardeketen voor 2030.

### Compensatie

Uitstoot reduceren is het uitgangspunt. Lukt dat niet, dan moeten we dat compenseren. Die compensatie is een van de voorwaarden voor certificering volgens de Climate Neutral Standard. Daarvoor hebben we 2 projecten. Maar liefst 66 procent van onze restuitstoot compenseren we door te investeren in een Nederlands biogasproject. Melkkoeienmest wordt omgezet in elektriciteit. Dat zorgt voor methaan- en CO2-reductie. En dat draagt dan weer bij aan circulaire landbouw en het oplossen van het stikstofprobleem. De overige 33 procent compenseren we in een herbebossingsproject in Tanzania. Door aangetast bosgebied opnieuw te bebossen, helpen we de biodiversiteit te verbeteren en oorspronkelijke ecosystemen te herbouwen.

### Onafhankelijke toetsing

Een onafhankelijke auditor voert ieder jaar een strenge controle uit op de CO2-uitstoot van zowel de operatie van bol.com als de verkopen via het platform, de reductiemaatregelen en de compensatie. De auditor checkt of we voldoen aan de eisen van de Climate Neutral Standard en of de CO2-compensatie ook daadwerkelijk gebeurt.

[Lees meer](#)



## **Zelf pakketjes ophalen met bol.com start-up Ampère**

Ampère is een startup die we in juli 2022 hebben opgericht. Ampère haalt zo duurzaam mogelijk de pakketjes op bij verkooppartners en brengt ze vervolgens naar bezorgdiensten waar we mee samenwerken. In 2022 haalde Ampère al ruim 500.000 pakketjes op.

Een van de doelen van Ampère is om vanaf dag 1 zo duurzaam mogelijk te werken. Dat doen het bedrijf door slimme technologie te combineren met duurzaam transport. De busjes rijden grotendeels op HVO, een hernieuwbare diesel gemaakt van plantaardige oliën. In vergelijking met normale diesel scheelt dat meer dan 90 procent in uitstoot. Daarmee verlaagt Ampère de directe uitstoot per pakket met meer dan 80 procent. Ampère heeft bovendien een dicht netwerk van afleverpunten. Daar kunnen kleine verkooppartners lokaal hun pakketten gemakkelijk afleveren.

Net als bol.com is Ampère gecertificeerd volgens de Climate Neutral Standard. Met dit keurmerk conformeert het bedrijf zich aan harde reductiedoelstellingen voor de komende jaren.

## **Duurzamere verpakkingen**

Vanaf 2022 levert Janssen Packaging alle kartonnen dozen van bol.com gecertificeerd volgens de Climate Neutral Standard. Samen zetten we zo een extra stap in het verduurzamen van de hele keten. Het verpakkingsbedrijf bekijkt bovendien voortdurend hoe het de productie kan verbeteren. Van materiaaldikte en -soort en het kartonformaat tot de duurzame uitvoering van het productieproces.

Tegenwoordig zijn de herkenbare bol.com verpakkingen ook beschikbaar voor onze verkooppartners. Zo helpen we hen ook hun artikelen duurzamer te verpakken. De verpakkingen zijn stevig en gemakkelijk in gebruik, onder andere door de plakstrips.

In 2022 deden we bovendien een test met herbruikbare verpakkingen. Bij 10 Albert Heijn-winkels leverden onze klanten hun oude verpakkingen in, zodat wij ze weer kunnen hergebruiken. In 2023 onderzoeken we hoe we dit verder uit kunnen breiden.

## **Minder verpakkingen, meer impact**

Dagelijks verlaten tienduizenden artikelen onze warehouses. Steeds vaker zonder een zogenoemde omdoos: de kartonnen bol.com verpakking. In 2022 verstuurd we ongeveer 4,4 miljoen pakketten zonder kartonnen verpakking. Ruim 50 procent meer dan in 2021. Zo bespaarden we zo'n 2.200 ton karton.

## **Multi-inpakmachine**

Al in 2021 startten we met het duurzaam en op maat samen verpakken van meerdere artikelen in 1 doos met de multi-inpakmachine. De multi-inpakmachine scant afmetingen van meerdere artikelen tegelijk en vouwt hier één kartonnen doos omheen. Uniek is dat de machine geschikt is voor een zó divers assortiment als dat van bol.com met 35 miljoen artikelen en haast net zoveel verschillende artikelformaten.

Het slimmer op maat inpakken betekent: kleinere pakketten, minder verpakkingsmateriaal naar klanten verzenden en zo min mogelijk loze lucht. Hierdoor benutten we de ruimte in vervoermiddelen beter en zijn er minder ritten nodig om hetzelfde aantal artikelen te bezorgen. En dat scheelt CO2-uitstoot.

Inmiddels hebben we 23 inpakmachines waarmee we onze artikelen slimmer inpakken. In 2022 hebben we hiermee gemiddeld ruim 2 liter lucht per verpakking bespaard. En meer dan 16 procent in absoluut verzendvolume.

## Uitbreiding bol.com fulfilment center in Waalwijk

In Waalwijk hebben we het grondoppervlak van ons bol.com fulfilment center verdubbeld naar 100.000 m<sup>2</sup>, oftewel zo'n 15 voetbalvelden. Deze uitbreiding bevat veel innovaties. Het is gebouwd volgens de hoogste BREEAM-certificering (Outstanding), een methode voor het beoordelen van duurzaamheid van bouwprojecten. Het fulfilment center draait op 100 procent groene elektriciteit, opgewekt door het zonnedak met 13.000 zonnepanelen en de windmolens naast het gebouw. Een enorm shuttlesysteem brengt de honderden vervoersbakken met voorraadartikelen op het juiste moment naar de juiste orderpicker. De energie die vrijkomt bij het afremmen van de vervoersbakken slaan we bovendien op en gebruiken we opnieuw.



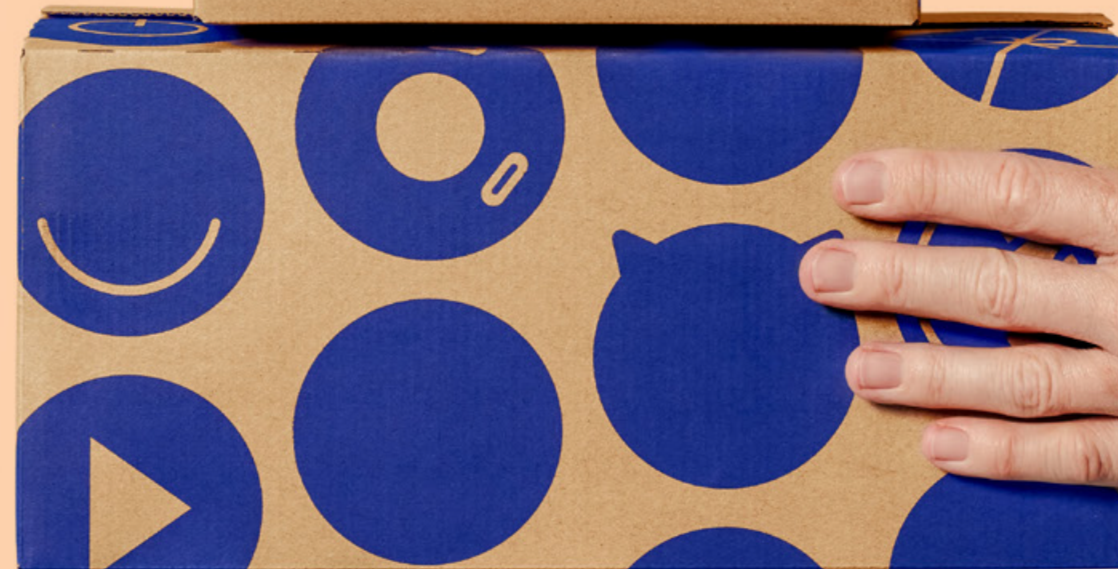
**Compensatie** ◀

**Minder karton** ◀

**Ampère** ◀

**Reductiedoelen** ◀

**Minder** ◀  
**verpakkingen**



▶ **Duurzamere verpakkingen**

▶ **Multi-inpakmachine**

▶ **Onafhankelijke toetsing**

# **Winkel & assortiment**



# Sleutel ligt in duurzamer assortiment

**Boukje Taphoorn is Chief Marketing & Sustainability Officer bij bol.com. Met haar blikken we kort terug op 2022 en kijken we vooruit naar de toekomst van ons assortiment. “De meeste uitstoot wordt veroorzaakt door wat er in je pakketje zit. Op de duurzamere artikelen is dus ook de grootste duurzaamheidswinst te halen.”**

## **Het belang van duurzamer assortiment**

Bol.com realiseert zich dat het als commercieel bedrijf de consumptie van producten stimuleert en daarmee impact op de planeet en haar bewoners heeft. Voor deze impact willen we ook verantwoordelijkheid nemen en de overgang naar duurzamere consumptie aanmoedigen. Waarom is nu precies ons platform bij uitstek de plek waar duurzamer winkelen start? Taphoorn: “We hebben allemaal spullen nodig, dat zal niet veranderen. Maar we kunnen wel kiezen voor duurzamere spullen. Bijvoorbeeld artikelen die fair trade zijn, biologisch of gemaakt van gerecyclede materialen. Op ons platform komen 52.000 verkooppartners, 13 miljoen klanten en 35 miljoen artikelen samen. In iedere categorie artikelen die we verkopen, is er inmiddels een duurzamer alternatief. Daarmee maken we het niet alleen eenvoudiger voor onze klanten om snel de juiste keuze te maken. We maken het voor verkopers van duurzamere artikelen ook makkelijk om hun doelgroep te vinden.”

## **Labels voor duurzamere artikelen**

In duurzamer assortiment ligt dus de sleutel voor verdere verduurzaming. Aankomend jaar focussen we vooral op het verbeteren en uitbreiden van betrouwbare labels met informatie over het artikel. Taphoorn: “Klanten van bol.com moeten kunnen vertrouwen op de juiste artikelinformatie.

Dit jaar richten we ons daarom vooral op het uitbreiden van informatielabels bij artikelen op ons platform. Dat klinkt eenvoudig, maar in de praktijk zitten er haken en ogen aan. Want wat is duurzamer en waarom? En wie bepaalt dat? Maar ook sociale aspecten in de productie moet je meewegen, net als grondstoffen en chemische stoffen. Hierin laten we ons dus altijd adviseren.”



## Toetsingskader voor boeken

Een goed assortiment gaat niet alleen over artikelen met een lagere impact op het milieu. Het gaat ook over grenzen stellen aan wat je wilt verkopen. Bijvoorbeeld bepaalde discriminerende boeken. Dat klinkt logisch maar is nog niet zo simpel. Verschillende uitgeverijen bieden direct op bol.com tientallen miljoenen boeken aan. En daar komen wekelijks automatisch tientallen bij. Enorme hoeveelheden dus. Dat maakt het niet eenvoudig te bepalen wat precies discriminerend is. Om ons hierbij te helpen, introduceerden we begin 2022 een [toetsingskader](#). Taphoorn: "Ons toetsingskader ontwikkelden we met input van experts. Hiermee kunnen medewerkers van bol.com discriminerende boeken, zoals boeken met antisemitische inhoud, beoordelen. Op basis van een detectie-, beoordelings- en meldingssysteem beslissen we zo of een boek online blijft, een informatielabel krijgt, of offline gehaald wordt."



### Boukje Taphoorn

Chief Marketing & Sustainability Officer  
bij bol.com

## Bewuster kiezen voor duurzamere artikelen

Bij bol.com helpen we klanten graag een bewustere keuze te maken. Hiervoor hebben we assortiment met een duurzaam keurmerk. Duurzaamheid is nogal een ruim begrip en omvat zowel welzijn voor maatschappij als milieu. Met ons label geven we meer inzicht in waarom een artikel duurzamer is. In 2022 verkochten we 2 keer zoveel duurzamere artikelen als in 2021.

[Meer over onze labels](#)



### Ruimte voor eerlijke promotie

“Bol.com ondersteunt Tony’s Chocolonely actief op prominente plekken tijdens belangrijke geef-momenten en met het Duurzamer-label. Daarnaast krijgt Tony’s de ruimte om eerlijke promoties te doen waarin we niet hoeven te stunten met diepe afprijzingen. Maar er liggen nog meer mogelijkheden in het verschiet. Bijvoorbeeld om de klant beter te informeren over duurzame merken en het makkelijker te maken die merken te kopen via grote gezamenlijke campagnes.”

**Erik de Koning, lead e-commerce & direct sales Tony’s Chocolonely**

### Bladeren of swipen?

Zoek je een boek? Kies dan voor een e-book of ga voor tweedehands. Dat is de conclusie van Milieu Centraal. In opdracht van bol.com onderzochten zij de klimaatimpact van boeken. Bij een papieren boek keek Milieu Centraal naar papier, drukken en transport tot aan de voordeur. Bij een digitaal downloadbaar lees- of luisterboek gaat het over de impact van het downloaden en gebruiken, en de productie van de e-reader, tablet, telefoon of laptop.

Digitale lees- en luisterboeken zijn meestal beter voor het klimaat dan papieren boeken. Mits je minimaal 25 boeken leest op de e-reader. Doe je dat niet? Dan is een tweedehands boek de duurzamere keuze.

### Meer bereik, meer impact

“Bol.com is actief bezig met duurzaamheid en doelstellingen op dat gebied. Het bedrijf is bovendien transparant in de manier waarop ze dit willen bereiken. Door bijvoorbeeld duurzaamheidslabels te gebruiken, krijgen duurzamere merken extra zichtbaarheid. Zo zet bol.com extra stappen voor zichzelf en partners. De samenwerking tussen bol.com en DoubleMojo verloopt goed. Door deze samenwerking hebben wij bovendien meer bereik. En dat zorgt er weer voor dat we meer impact kunnen maken!”

**Jason T. Wen, founder Bamboozy**

### Het Grote Speelgoedboek voor iedereen

Met een oplage van 3,5 miljoen heeft het Grote Speelgoedboek een enorm publiek. De editie van 2022 heeft speciale aandacht voor diversiteit. Op de cover van 2022 prijken Jedediah en Romy. Jedediah heeft huidziekte vitiligo, waardoor hij witte pigmentvlekken op zijn arm heeft. Romy heeft het syndroom van Down. En even verderop in het boek kom je Arkey tegen, een vrolijke jongen in een rolstoel. Door onder andere Jedediah, Romy en Arkey prominent af te beelden, willen we een bijdrage te leveren aan de positieve en gelijkwaardige beeldvorming van kinderen met een beperking bij een grote groep ouders en kinderen.





### **Vergroenen gaat niet over een nacht ijs**

“Ieder jaar zien we bol.com duurzamer worden en hun beleid stap voor stap aanpassen. Zo richten de banners tijdens promo’s zich steeds vaker op duurzamer assortiment. En doet de winkel moeite om klanten meer verschil te tonen tussen normaal assortiment en merken die een stapje extra zetten voor de planeet. Samen kijken we bovendien hoe we ervoor kunnen zorgen dat klanten niet allerlei artikelen in losse bestellingen doen, maar ze in 1 bestelling plaatsen. Dat scheelt onnodig veel uitstoot voor het leveren van een product. Verder zoeken we naar een manier om onze plasticvrije billendoekjes de juiste zichtbaarheid te geven.”

“Als grootste retailer is het niet makkelijk om duurzamer te worden, maar we zien de stappen en moeite die bol.com hierin steekt. Bol.com luistert naar ons merkverhaal en samen denken we na hoe we bol.com verder kunnen vergroenen. Dat is niet eenvoudig en gaat ook niet over een nacht ijs. Maar zolang we erover in gesprek zijn, samen blijven nadenken over de uitstoot en impact én ernaar handelen, gaat er wat veranderen.”

**Renske Barnhoorn, e-commerce manager Naïf**

### **Trend: duurzamer en diverser speelgoed**

Speelgoed met een divers en inclusief karakter krijgt een steeds prominentere plaats tussen het kinderspeelgoed. Zo kunnen alle kinderen zichzelf herkennen in het speelgoedassortiment. Denk aan poppen met een verschillende lichaamsbouw, huidskleur of kapsel. Barbie met een prothese of PLAYMOBIL-figuren in een rolstoel. Ook duurzamer speelgoed zit in de lift, zo blijkt uit online zoek- en koopgedrag bij bol.com. Bekende merken zoals Barbie en PLAYMOBIL kozen ervoor om te verduurzamen met barbiepoppen van gerecycled plastic en de duurzamere Wiltopia Set van PLAYMOBIL.

### **Retourdeals**

Met zoveel bestellingen is het onvermijdelijk dat we sommige pakketjes weer retour krijgen. Soms raken die verpakkingen een beetje beschadigd. Maar dat betekent niet dat we ze weggoien. Zo’n artikel bieden we aan als Retourdeal. Na een strenge kwaliteitscontrole en met een goede korting. Onze klanten krijgen bovendien dezelfde voorwaarden en garanties als bij nieuwe artikelen. Zo krijgt een geretourneerd artikel weer een goede bestemming. Prima deal dus.

### **Jaarinkomen voor 14 Indiase boerengezinnen**

“Met ruim 1.750 artikelen op bol.com zijn wij supertrots op onze samenwerking. In 2022 hielpen we samen 4.278 klanten aan duurzamere producten voor slaap- en badkamer. Hierin is zo’n 3.000 kilo biologisch katoen verwerkt, waardoor er ongeveer 30 miljoen liter water onvervuild bleef van schadelijke chemicaliën. Door grondstoffen voor onze producten biologisch te verbouwen volgens voorwaarden van Fairtrade, verdienen 14 boerengezinnen in India een jaarinkomen.”

**Irene Jonkman, impact manager Yumeko**



### **Recommerce**

Iedereen heeft thuis wel een oude telefoon liggen die niet meer gebruikt wordt. Dat is zonde, want die telefoon kan een tweede leven krijgen. Er hoeven daardoor minder telefoons geproduceerd te worden. Bol.com heeft hiervoor een samenwerking met partner Recommerce. Onze klanten kunnen bij Recommerce gratis hun oude telefoon inleveren. Vervolgens ontvangen zij binnen 7 dagen een mooi bedrag op hun rekening. Goed voor de planeet en de portemonnee.

Ieder toestel dat een tweede leven krijgt als refurbished telefoon, bespaart maar liefst tot 50 kilo CO2. Het scheelt bovendien meer dan 160 kilo aan grondstoffenwinning. Snellerekensom: we hebben met 837 telefoons ruim 40.000 kilo CO2-uitstoot verminderd en meer dan 130.000 kilo aan grondstoffenwinning bespaard.

### **Hapklare brokken**

Bij bol.com verkopen we ook diervoeding. Soms komt het weleens voor dat de verpakking ervan niet meer goed of beschadigd is. Is de voeding nog wel goed? Dan stoppen we het artikel in een container bij ons distributiecentrum in Waalwijk. Het dierenasiel om de hoek komt de diervoeding vervolgens ophalen. Wij gooien deze voeding niet weg en de dieren hebben een gratis maaltje. Win win!



**Toetsingskader voor boeken ◀**

**▶ Het Grote  
Speelgoedboek**

**Retourdeals ◀**

**▶ Recommerce**

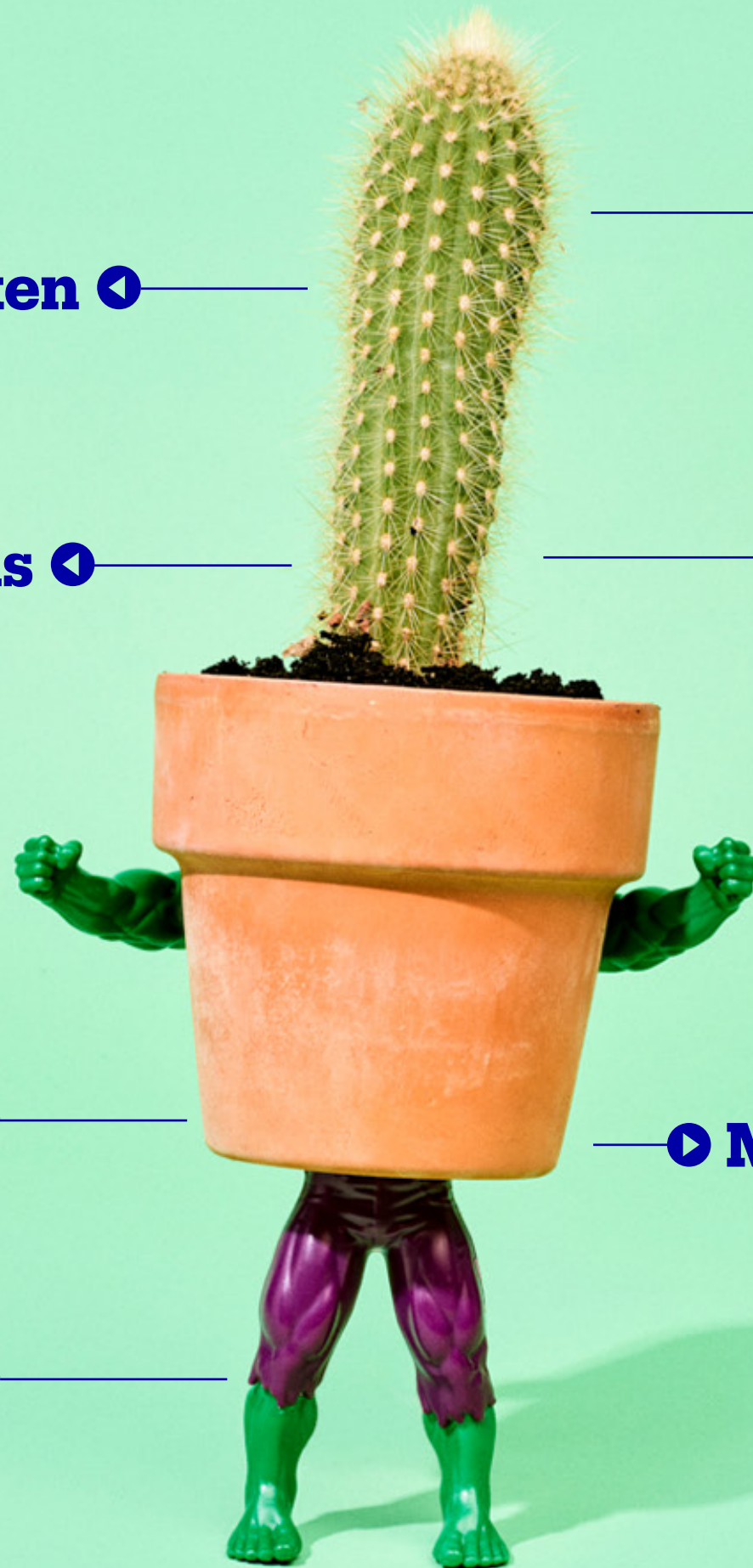
**Bewuster kiezen ◀**

**▶ Eerlijke promotie**

**Vergroenen ◀**

**▶ Meer bereik**

**Duurzamer assortiment ◀**



# Mens & maatschappij



# Bollebozen



**Bol.com bollebozen is een community van medewerkers, partners en maatschappelijke organisaties. Samen zetten we ons in om taalachterstand tegen te gaan en digitale vaardigheden bij kinderen te verbeteren. Zo dragen we bij aan het creëren van gelijke kansen voor kinderen in Nederland en België. Dat doen we met verschillende activiteiten waarmee we het plezier van lezen overbrengen en aanwakkeren. Maar ook door kinderen te helpen hun digitale vaardigheden te ontwikkelen. In 2022 hebben we volop activiteiten ondernomen. Hiermee bereikten we meer dan 250.000 kinderen.**

## **Bollebozen partner van JINC**

Bol.com bollebozen is sinds februari 2022 partner van non-profitorganisatie JINC. Samen helpen we kinderen uit Utrechtse wijken met een sociaaleconomische achterstand op weg naar een kansrijke toekomst. Zo doen we bijvoorbeeld mee in het JINC-project 'Digitale Vaardigheden'. Hierin leren kinderen op speelse wijze kennismaken met programmeren. Daarnaast organiseren we 4 technische Bliksemstages. Hierin leren per stage zo'n 20 kinderen door 2 bol.com IT-specialisten van alles over digitale beroepen en de vaardigheden die je daarvoor nodig hebt.

## **460 iPads voor kwetsbare kinderen**

Met een donatie van bol.com bollebozen heeft de Stichting Kinderen van de Voedselbank voor kinderen 460 iPads aangeschaft. Volgens de Kinderombudsman groeit 1 op de 9 kinderen in Nederland namelijk op in armoede. Voor hen is een tablet vaak te duur om aan te schaffen. En ben je in de klas de enige zonder tablet? Dan betekent het regelmatig dat je achterblijft met digitale vaardigheden. Ook brengt het soms schaamte en sociale uitsluiting met zich mee. Met deze schenking willen wij kinderen die in armoede opgroeien dezelfde kansen bieden in de ontwikkeling van hun digitale vaardigheden als hun klasgenoten.

## **Vakantieleesdip verleden tijd**

De vakantie is volgens ons het uitgelezen moment voor kinderen om met de neus in de boeken te kruipen. Toch zien we tijdens de vakantieperiodes juist dat kinderen minder lezen. Veel kinderen die dan niet of nauwelijks lezen, vallen 1 à 2 AVI-niveaus terug in hun leesontwikkeling. Daarom ontwikkelden we Letterpretpakketten. Met het Letterpretpakket – een koffer vol verhalen en puzzels – is een kind onbewust bezig met taal, waardoor het leesniveau beter op peil blijft.

De Letterpretpakketten waren te koop op bol.com. Koop je een koffer voor je eigen kind? Dan draag je bij aan de donatie aan kinderen op Nederlandse basisscholen en gezinnen die zelf niet de middelen hebben er een aan te schaffen. Samen met het Jeugdeducatiefonds en Stichting VoorleesExpress hebben we zo ongeveer 25.000 Letterpretpakketten verdeeld.

Om ook een leesdip tijdens de kerstvakantie te voorkomen, doneerden we samen met het Jeugdeducatiefonds en Stichting Jarige Job 30.000 winterpretpakketten aan scholen. Het pakket bestaat uit een (voor)leesboek, doeboek, bouwplaat, memoryspel en 12 kleurpotloden voor heel veel kleurplezier. De pakketten zijn verdeeld over 2 leeftijdsgroepen: 4-6 en 7-9 jaar. Alle elementen uit het pakket stimuleren concentratie en geheugen. Zo komen de kinderen spelenderwijs in aanraking met taal.





## Letterpret voor Vlaamse kinderen

Volgens internationaal PIRLS-onderzoek\* is het niet best gesteld met de taalvaardigheid van Nederlandse en Vlaamse kinderen. Om hun enthousiasme voor lezen aan te zwengelen, organiseerden we daarom het Letterpret-event. Zanger Metejoor en straatvoetbal-icoon Soufiane Touzani werden ingeschakeld voor deze klus. Samen met 100 Antwerpse kinderen gingen zij creatief met taal aan de slag. Touzani speelde lettervoetbal, Metejoor maakte een rap met de kinderen, en intussen kregen de ouders uitleg over het belang van lezen. Na afloop keerde ieder kind huiswaarts met een Letterpretpakket vol lees- en doeboeken.

\*Progress in International Reading Literacy Study, internationaal vergelijkend onderzoek naar de vaardigheid in begrijpend lezen van leerlingen in groep 6.

## Wie goed leest, komt verder

“We zijn ontzettend blij met de samenwerking met bol.com. Samen krijgen we kinderen aan het lezen. Juist die groep voor wie dat niet vanzelfsprekend is. Het Jeugdeducatiefonds helpt namelijk ontwikkelingskansen te vergroten van kinderen die opgroeien in armoede. De ontwikkeling van hun denken, waarneming en fantasie en daarmee de leesvaardigheid is daarvoor van groot belang. Want wie goed leest, komt verder! Dat begint bij goed onderwijs, maar leesplezier is ook erg belangrijk. Daarop sluiten de acties van bol.com goed aan. Het is heel fijn dat we via bol.com nu al een aantal keer een grote actie hebben uitgevoerd. Zo kunnen we structureel iets doen op leesgebied.

De reacties vanuit de scholen zijn overweldigend. Regelmatig is het voor kinderen hun eerste eigen boek. Voor ons is het bovendien fijn dat bol.com de distributie verzorgt. Dat maakt het eenvoudig om te organiseren.”

**Jeugdeducatiefonds – Arie Schilling, coördinator Jeugdeducatiefonds**

## Samen op school in actie

Maar liefst 491 bol.com'ers hebben in 2022 deelgenomen aan de – hier komt het langste Scrabblewoord ooit – bollebozenkalenderactiviteiten. Samen met partner NL Cares organiseerden we 3 rondes vol activiteiten op het gebied van taal- en digitale vaardigheden De plek? Basisscholen in Utrecht en Amsterdam, bij ons op kantoor, of in een museum. De activiteit? Van voorlezen tot leren scrummen en van spoken word tot het bouwen van een app. Iedere activiteit duurde ongeveer 3 tot 4 uur. Zo zijn de kinderen al snel een halve dag zoet.

## Lezen en kleuren met de leesmeter

Leesvaardigheid vinden we belangrijk bij bol.com. Maar kinderen meer laten lezen of samen een goed moment vinden om voor te lezen, is niet zo makkelijk als het lijkt. Om kinderen positief en laagdrempelig te stimuleren om meer te lezen, ontwikkelden we een leesmeter. Dit is een kleurplaat voor tijdens het lezen. Voor elke gelezen pagina kleurt het kind een stukje van de kleurplaat in. Na 100 pagina's is de leesmeter volledig ingekleurd. Zo wordt lezen nog leuker.

## Kinderboekenweek

Voor de Kinderboekenweek leverden we tienduizenden kinderboeken aan basisscholen. Dat deden we samen met het Jeugdeducatiefonds, die de boeken verdeelde op de plekken waar ze het hardste nodig zijn. Zo krijgt ieder kind een kans om lekker te lezen. Om even weg te dromen bij een leuk of spannend boek.



### **Een voor mij? Een voor jou**

Kocht één van onze klanten de doeboeken Peppa Pig – Meneer Stier in de Servieswinkel, De avonturen van Kapitein Onderbroek of Mijn naam is Stilton, Geronimo Stilton? Dan doneerden wij een exemplaar aan een goed doel. In Nederland is dat Stichting Jarige Job. Zij zorgen ervoor dat kinderen die het thuis minder breed hebben toch een cadeau krijgen op hun verjaardag. In België gingen de boeken naar JINC. Deze organisatie werkt aan een maatschappij met gelijke kansen voor ieder kind.

### **Bollebozen Robotics Camp**

In oktober stond het hoofdkantoor van bol.com in het teken van het Bollebozen Robotics Camp: een 3-daags robotkamp voor Utrechtse basisschoolleerlingen met minder kansen. De kinderen leren hier op een laagdrempelige manier hoe robots werken én hoe je ze programmeert. Samen met medeorganisator RobotWise bieden we de kinderen hiermee een extra steuntje in de rug om hun digitale vaardigheden verder te ontwikkelen. En dat is belangrijk in een maatschappij waar technologie en media een centrale plek innemen.





# Initiatieven

## **35.000 cadeaus voor duizenden gezinnen**

35.000 cadeaus. Een overweldigend aantal artikelen, door medewerkers van ons team Logistic Services uitgekozen om te doneren aan kinderen die een steuntje in de rug kunnen gebruiken. Denk aan testartikelen of oude retouren die zo toch gebruikt kunnen worden. Met deze donatie aan Stichting Jarige Job en de Voedselbank maakten we zo duizenden gezinnen blij.

“De samenwerking met Stichting Jarige Job wordt binnen bol.com breed uitgedragen en gesteund. Dat is supermooi. Van directe inkoop van cadeau-bonnen, tot productdonaties en promoties zoals Koop en Geef een boek, maar ook het delen kennis en netwerk.

Onze naamsbekendheid groeit bovendien door de naamsbekendheid van bol.com en de aandacht die we door de samenwerking krijgen. We creëren zo meer bewustwording en betrokkenheid rondom armoede onder kinderen en tegelijkertijd stimuleren we deze kwetsbare kinderen te lezen met de leukste en mooiste leesboeken. Dat is niet alleen goed maar ook noodzakelijk. Zo dragen we bij aan het creëren van gelijke kansen voor alle kinderen. Heel goed dat bol.com als grootste online warenhuis van Nederland die verantwoordelijkheid pakt.”

**Stichting Jarige Job, Amber Merkus,  
medewerker Marketing & Communicatie Manager**

## **Juten zakken voor zieke kinderen**

De Leukste zak van Sinterklaas is een juten zak die we verkochten als actie voor het Prinses Máxima Centrum. Het ziekenhuis richt zich in de eerste plaats op behandeling en genezing van kinderkanker. Ook educatie is er belangrijk: zo hebben ze een eigen school. En er is veel aandacht voor sport en spel voor zieke kinderen. 100 procent van de netto opbrengst van onze juten zakken ging naar de Prinses Máxima Centrum Foundation, de stichting van het ziekenhuis.

## **Nederland in een notendop**

Bol.com mag dan een Nederlands bedrijf zijn, er werken volop internationale collega's van maar liefst 65 nationaliteiten. Samen met Expat Management Group organiseerden we voor hen International Day, waarin we meer informatie bieden over aspecten van Nederland waar internationale medewerkers mee te maken kunnen krijgen.

Op deze dag kwamen er allerhande onderwerpen voorbij in verschillende sessies. Denk aan informatie over immigratie, aangifte doen van inkomstenbelasting en de Nederlandse huizenmarkt. En ook Sinterklaas komt voorbij. Wie is hij, waarom vieren we zijn verjaardag en wat betekent Sinterklaas bij bol.com?



### **Fatsoenlijk en veilig werk**

Bol.com heeft het beste voor met alle werknemers. Dus ook de mensen die via fulfilmentbedrijven voor ons werken. Vincent Weijers, Chief Operating Officer bol.com: "Fatsoenlijk en veilig werk staat aan de basis van wie wij zijn. Succes is pas succes als het ook zo voelt voor alle mensen die – direct of indirect – met ons meewerken. Wij vinden het heel belangrijk dat de logistieke dienstverleners onze normen en waarden op het gebied van goed werkgeverschap ook uitdragen. Goed voorbeeld daarvan is fulfilmentbedrijf CEVA Logistics. CEVA is verantwoordelijk voor de dagelijkse operatie en het personeel in de distributiecentra aangezien dit bedrijf hiervoor de benodigde expertise heeft. Bol.com stelt de allerhoogste eisen aan deze fulfilmentpartij en heeft afspraken met hen over een goed beloningsbeleid, goede huisvesting en een veilige en gezonde werkomgeving. We hebben hierover dagelijks contact. CEVA voert ook regelmatig audits uit, wij controleren vervolgens de uitkomsten hiervan."

### **Feestdagenruil**

Bij bol.com moedigen we iedereen aan zichzelf te zijn. Het maakt niet uit waar je vandaan komt, van wie je houdt, hoe je eruitziet en wat je gelooft. Wij vinden: diversiteit omarmen betekent ook dat je zelf kunt kiezen welke feestdagen je viert. Met Swap Holidays bieden we onze medewerkers de mogelijkheid om vastgestelde culturele of religieuze feestdagen te verruilen voor een andere dag. Zo kun je bijvoorbeeld met Pasen werken en juist vrij nemen om Diwali, Eid-al-Fitr of Hanukkah te vieren.

### **Financieel fit**

We vinden het belangrijk dat iedere bol.com'er zich vitaal voelt en plezier heeft in het werk. Financieel fit zijn is een belangrijk onderdeel van die vitaliteit. Het alledaagse leven wordt steeds duurder en dat heeft gevolgen voor ieders portemonnee. Op ons intranet geven we daarom informatie over uitkeringen, inkomsten en uitgaven. Maar we bieden als werkgever ook hulp bij stress over geldzaken of problemen op dat vlak. Collega's met problematische schulden verwijzen we via onze zorgverlener bijvoorbeeld door naar coaches. .

Zij begeleiden hen met het krijgen van overzicht en het plannen van vervolgstappen. Zo helpen we onze collega's graag op weg met financiële tips en begeleiding.

### **Vitaliteit voorop**

Je goed voelen zit 'm in veel verschillende dingen. En als werkgever vinden we het belangrijk dat onze werknemers fit zijn. Zowel mentaal als fysiek. Daarom hebben we een vitaliteitsprogramma vol activiteiten. Extra belangrijk in ons piekseizoen, de drukste tijd van het jaar. En je kunt het zo gek niet verzinnen of we doen het. Voor sportievelingen hebben we bijvoorbeeld bootcamp en bouldersessies. Maar ook bieden we mindfulness, stoelmassages of een handpanconcert tijdens de lunch. Liever de pan uit swingen? Dat kan ook, met een silent disco of een team-dancebattle.

### **Groener op weg naar bol.com**

Voor onze medewerkers die met de trein van en naar ons hoofdkantoor in Utrecht reizen, hebben we een speciale shuttledienst. 100 procent elektrische busjes rijden op en neer om collega's te vervoeren van en naar Utrecht Centraal. Zo komen we hun letterlijk tegemoet.

Verder stimuleren we de duurzamere keuze bij het leasen van een auto. Collega's krijgen voor het leasen van elektrische auto een hoger budget dan voor een benzineauto.

**Bollebozen** ◀



▶ **Groener op weg naar Bol.com**

▶ **Fatsoenlijk en veilig werk**

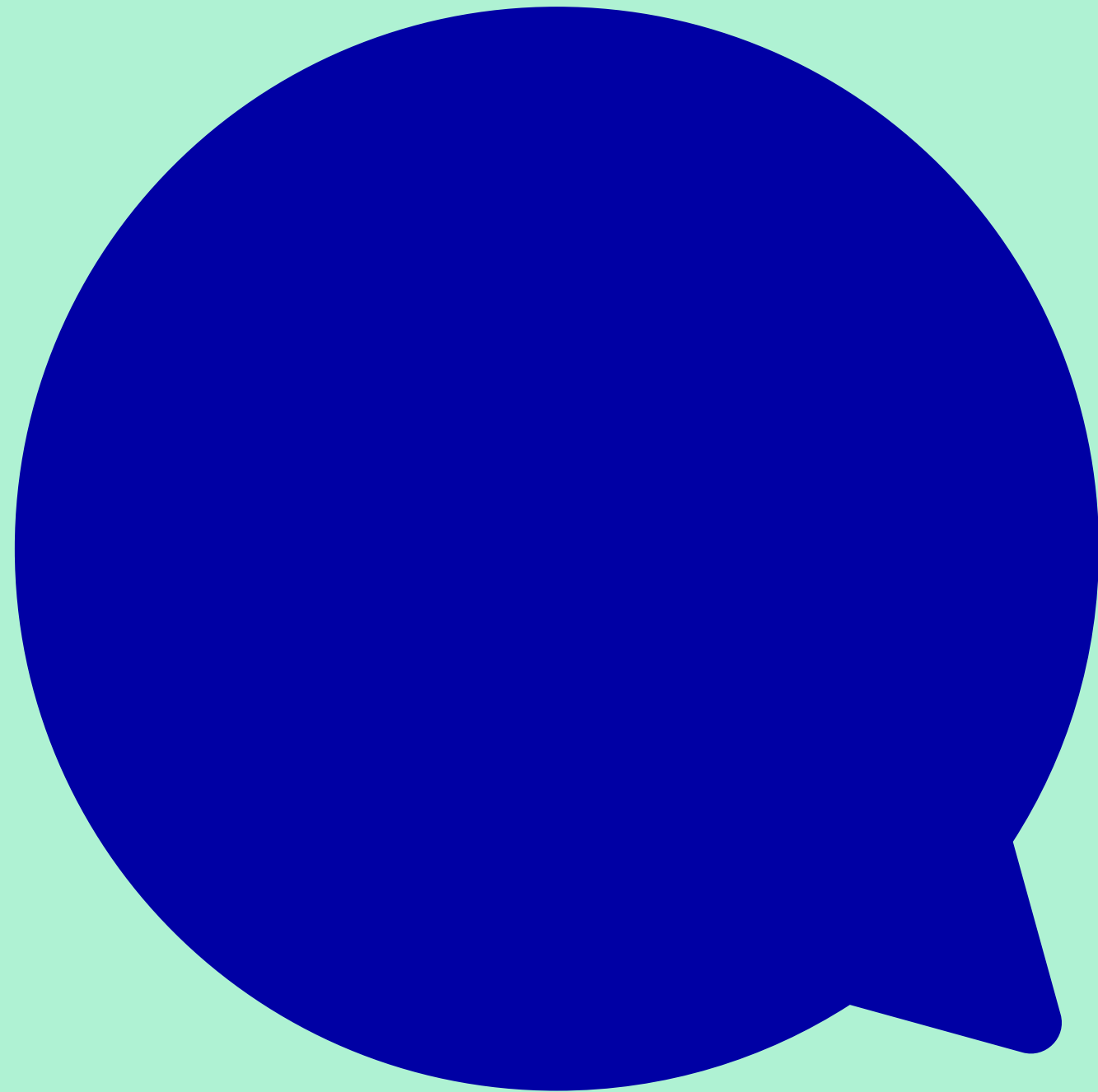
**Vitaliteit voorop** ◀

▶ **35.000 cadeaus**

**Onafhankelijke toetsing** ◀

▶ **Feestdagenruil**

**Kinderboekenweek** ◀



**Meer lezen over hoe wij  
duurzamere keuzes maken?**  
Kijk op [duurzaamheid.bol.com](https://duurzaamheid.bol.com)