

Visiedocument Duurzaamheid 2025



De retail als aanjager van duurzaamheid

De non-food retail is een drijvende kracht achter de verduurzaming van de Nederlandse economie. Met een totale omzet van circa €65 miljard exclusief BTW in 2024¹ en bijna 350.000 werknemers heeft de sector de slagkracht om grootschalige duurzame verandering te realiseren. Dankzij het dagelijkse contact met miljoenen consumenten kan de sector duurzame producten en keuzes op het juiste moment onder de aandacht brengen, drempels verlagen en de aantrekkingskracht vergroten. Daarmee is de retail niet alleen facilitator, maar ook een actieve aanjager van duurzame vooruitgang.

Tegelijkertijd vraagt de transitie veel van de retailsector. De Europese Green Deal introduceerde meer dan 175 richtlijnen en verordeningen gericht op het opzetten van investeringen in schone energie, innovatie in klimaattechnologie, eisen aan de toeleveringsketen, verplichtingen voor duurzaamheidsrapportage en andere programma's.² De investeringen die nodig zijn om te voldoen aan deze richtlijnen en verordeningen hebben een forse impact op retailers. Alleen al voor de CSRD-rapportage³ worden de jaarlijkse minimale kosten ingeschat op €365.000, naast eenmalige opstartkosten van 310.000.⁴ Daarnaast neemt de druk op de internationale concurrentiepositie toe door de instroom van kwaliteitsarme producten van producenten buiten de EU die niet voldoen aan de geldende wet- en regelgeving. Nationale aanvullingen bovenop Europees beleid maken het bovendien steeds moeilijker om binnen de interne markt op gelijke voorwaarden te opereren met andere Europese landen. Dit alles zet de economische draagkracht van de sector onder druk – economische draagkracht die juist nodig is voor investeringen in innovatie.

De Raad Nederlandse Detailhandel roept het kabinet op om beleid te voeren dat gericht is op het wederzijds versterken van duurzaamheid en economische groei. Om dat mogelijk te maken, zijn de volgende voorwaarden nodig.

1. Een betrouwbaar investeringsklimaat

- Consistent en voorspelbaar beleid geeft ondernemers zekerheid dat hun investeringen in duurzame productontwerpen ook op de lange termijn renderen;
- Harmonisatie van wet- en regelgeving verlicht de toenemende administratieve lasten;
- Ondersteun de retail actief bij de uitleg van wet- en regelgeving, zodat zij weten wat er precies van hen wordt verwacht.

¹Omzet in fysieke winkels, De online markt voegt hier nog eens ruim €10 miljard consumentenomzet exclusief BTW aan toe

²PwC Nederland. (z.j.). Duurzaamheid & regelgeving – Van verplichtingen naar kansen, <https://www.pwc.nl/nl/themas/sustainability/duurzaamheid-regelgeving.html>

³Corporate Sustainability Reporting Directive: een Europese richtlijn die bedrijven verplicht om te rapporteren over hun duurzaamheidsprestaties

⁴European Commission. (2024). The future of European competitiveness: In-depth analysis and recommendations (Part B) p.318

De retailsector neemt verantwoordelijkheid in het uitrollen van duurzaamheidsbeleid, en doet hiervoor de nodige investeringen. Toch blijft er grote onzekerheid bestaan over de precieze eisen waaraan zij moet voldoen. Wetgeving wijzigt frequent, kent onduidelijke definities en biedt ruimte voor uiteenlopende nationale interpretaties. Dit leidt tot terughoudendheid bij retailers om tijdig verreikende investeringen te doen in compliance, omdat onduidelijk is of deze investeringen ook op de lange termijn relevant blijven. Een stabiel en voorspelbaar regelgevings- en investeringsklimaat is essentieel om de retailsector in staat te stellen blijvend te investeren in duurzaamheid en innovatie, zonder telkens extra investeringen te moeten doen door voortdurende aanpassingen in wetgeving, zelfs nadat implementatiebeslissingen al zijn genomen.



Ontbossingsverordening

De Ontbossingsverordening is een Europese wet die ervoor moet zorgen dat er geen producten meer op de EU-markt komen die bijdragen aan ontbossing of illegale houtkap. Kern van deze wet is het Due Diligence Systeem (DDS), waarbij bedrijven systematisch de herkomst van hun producten vaststellen, het risico op ontbossing beoordelen, en maatregelen nemen om dat risico te verkleinen.

Sinds de publicatie van deze wet hebben bedrijven veel geïnvesteerd om dit Due Diligence proces goed in te richten. Volgens ramingen van de Commissie zullen bedrijven eenmalig kosten van 5.000 tot 90.000 euro per marktdeelnemer moeten maken voor het opzetten van het gepaste zorgvuldigheidssysteem. De totale terugkerende kosten voor dit systeem wordt geschat op 19,4 tot 22,7 miljoen euro per jaar voor het totaal aantal Nederlandse marktdeelnemers.

Een groot deel van deze investeringen wordt ondermijnd door de recente aankondiging van de Commissie om deze verplichtingen te vereenvoudigen en de inwerkingtreding wederom met een jaar uit te stellen. Bovendien ontstaat er een situatie waarbij bedrijven die nog niet hebben geïnvesteerd een voordeel lijken te krijgen ten opzichte van bedrijven die dat al wel hebben gedaan, wat het vertrouwen in de wetgever schaadt.

2. De retail als vanzelfsprekende samenwerkingspartner

- Betrek de retailsector tijdig bij het opstellen van beleid. Dit optimaliseert uitvoerbaarheid en faciliteert een snellere uitrol;
- Maatwerk van de toezichthouder is nodig om bedrijven experimenteerruimte te geven met innovatieve oplossingen, zonder te worden afgeremd door starre toepassing van regels;
- Pas normerende kaders aan die duurzame verdienmodellen stimuleren in plaats van tegenwerken, bijvoorbeeld ten aanzien van levensduurverlenging en hergebruik.

De duurzaamheidstransitie gaat over het fundamenteel veranderen van ons economische ecosysteem, zodat het toekomstbestendig, circulair en klimaatneutraal wordt. Dit kan alleen slagen als álle schakels in de keten samenwerken – van producent tot consument, en van overheid tot afvalverwerker. De overheid stelt kaders vast. Maar zonder structurele dialoog en gedeelde kaders blijven het gescheiden werelden, met het risico dat regelgeving in de praktijk niet uitvoerbaar of ineffectief blijkt, en deze kaders ontwikkeling en innovatie in de weg staan. Daarom is het van belang dat de retail als vanzelfsprekende samenwerkingspartner van de overheid wordt betrokken bij het opstellen van beleid en wet- en regelgeving, zodat we op basis van gedeelde kennis de middelen inzetten waar deze het meeste verschil maken.

Business case reparatie

Repareren is vaak duurder dan vervangen. Bij een kapotte wasmachine krijgt een consument al snel het advies om een nieuwe te kopen. Om reparatie aantrekkelijker te maken, is een stevige businesscase nodig. Zo'n businesscase moet laten zien wanneer repareren zinvol is – qua kosten, duurzaamheid én energieverbruik – en wanneer vervanging beter is, bijvoorbeeld bij sterk energie onzuinige apparaten. Deze kennis kan de retailer inbrengen. Ook de overheid speelt een sleutelrol. Zij kan de ontwikkeling van zulke businesscases stimuleren, bijvoorbeeld via subsidieprogramma's of belasting/btw-verlaging voor reparatiewerkzaamheden. Winkeliers experimenteren al met terugkoopservices en tweedehandsafdelingen; met overheidssteun kunnen dit soort initiatieven opschalen en rendabel worden.

3. Een eerlijk speelveld voor duurzame ondernemers

- Investeer in extra toezicht op de instroom van kwaliteitsarme producten van vooral niet-Europese online platforms ('Direct import');
- Sluit aan bij Europese ambities;
- Bied stimuleringsmaatregelen voor bedrijven die investeren in circulaire innovaties.



In 2024 kwamen naar schatting 4,6 miljard producten van niet-EU producenten rechtstreeks op de Europese markt naar de consument ('direct import'). Dat zijn 12 miljoen pakketten per dag.⁵ Een groot deel van deze producenten dragen niet bij aan inzameling en recycling, voldoen niet aan CO²- of energie-efficiëntienormen, en ontlopen milieukosten die Nederlandse retailers wél maken. Dit zorgt voor oneerlijke concurrentie: duurzame ondernemers betalen de rekening van de circulaire transitie door verpakkingsheffingen, verwijderingsbijdragen, inleverpremies, rapportageverplichtingen e.d., terwijl buitenlandse concurrenten goedkoper kunnen aanbieden zonder wettelijke duurzaamheidseisen na te hoeven leven. Nederlandse retailers concurreren niet alleen vaak op oneerlijke voorwaarden met aanbieders van buiten de EU, maar ook binnen de EU is er sprake van een ongelijk speelveld. Europese wetgeving wordt aangevuld met extra nationale regels. Nationale koppen maken het voor bedrijven onmogelijk om op gelijke voet te opereren binnen de interne markt. Zij hebben door deze extra eisen hogere administratieve lasten of andere normen dan andere Europese retailers, waarmee zij zichzelf uit de markt prijzen.

Chinese import

Kledinggigant Shein verkoopt kleding op de Europese markt vanaf €2. Deze lage prijzen zijn mede mogelijk door de uitbuiting van textielarbeiders, die soms slechts 4 cent per kledingstuk verdienen en honderden stuks per dag moeten produceren. De ongecontroleerde instroom van goedkope, kwaliteitsarme producten duwt de duurzamere Europese producenten uit markt en leidt tot een groter risico op schendingen van mensen- en arbeidsrechten.

⁵ European Commission. (2025). Safe and sustainable e-commerce imports, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_25_410