Green Retail

Gids voor duurzame
& succesvolle retail

Handboek

Interreg
North Sea

Co-funded by
the European Union

GREEN

DE REPUBLIEK

VEJLE KOMMUNE

DRIVHUSET

Dansk Design Center

Inleiding tot het **Green Retail Handboek**

Dit handboek is voor jou, of je nu eigenaar bent van een winkel, deel uitmaakt van een duurzaamheidsteam in een winkelketen, of jezelf ziet als een changemaker binnen een overheidsorganisatie, een winkeliersvereniging of een stad of gemeente.

In de kern draait duurzame detailhandel om het vinden van de *sweet spot* – de balans tussen zakelijk succes, positieve sociale en lokale impact, én verantwoordelijkheid voor het milieu. Het gaat om het creëren van win-win oplossingen die niet alleen je winkel ten goede komen, maar ook je gemeenschap versterken en bijdragen aan een gezondere planeet.

"De transitie naar meer duurzaamheid komt uiteindelijk ten goede aan het bedrijfsresultaat én geeft je een goed gevoel."

Deelnemer aan Green Retail

Op weg naar een meer duurzame onderneming, is het belangrijk om te starten bij laaghangend fruit: eenvoudige, praktische acties die snel voordeel opleveren en een momentum creëren voor verdere verandering. Deze kleine stappen kunnen motivatie en enthousiasme opwekken binnen je team en tezelfdertijd een zichtbare vooruitgang laten zien aan je klanten en de omgeving. Je zou bijvoorbeeld kunnen beginnen met het herbekijken van je energieleverancier en kiezen voor groenere energie, overschakelen op energiezuinige lampen in je winkeldisplays of het verbeteren van de manier waarop je momenteel het afval sorteert. Deze eenvoudige veranderingen verkleinen niet alleen je ecologische voetafdruk, maar laten ook op een toegankelijke en sympathieke manier zien dat je je inzet voor duurzaamheid.

Denk eens na over:
Wanneer heb je voor het laatst iets groens en duurzaams gekocht en waarom?

Was het de uitnodigende sfeer in de winkel of de band die je voelde met de uitbater? Misschien was het omdat het kiezen van de duurzame optie werd vereenvoudigd dankzij de duidelijke begeleiding van deskundig personeel?

In dit handboek vind je inspirerende voorbeelden, praktische tips en een op maat gemaakte toolkit die jou als lokale changemaker kan versterken. We willen je als retailer ondersteunen zodat we samen onze steden naar een meer duurzame toekomst kunnen leiden.

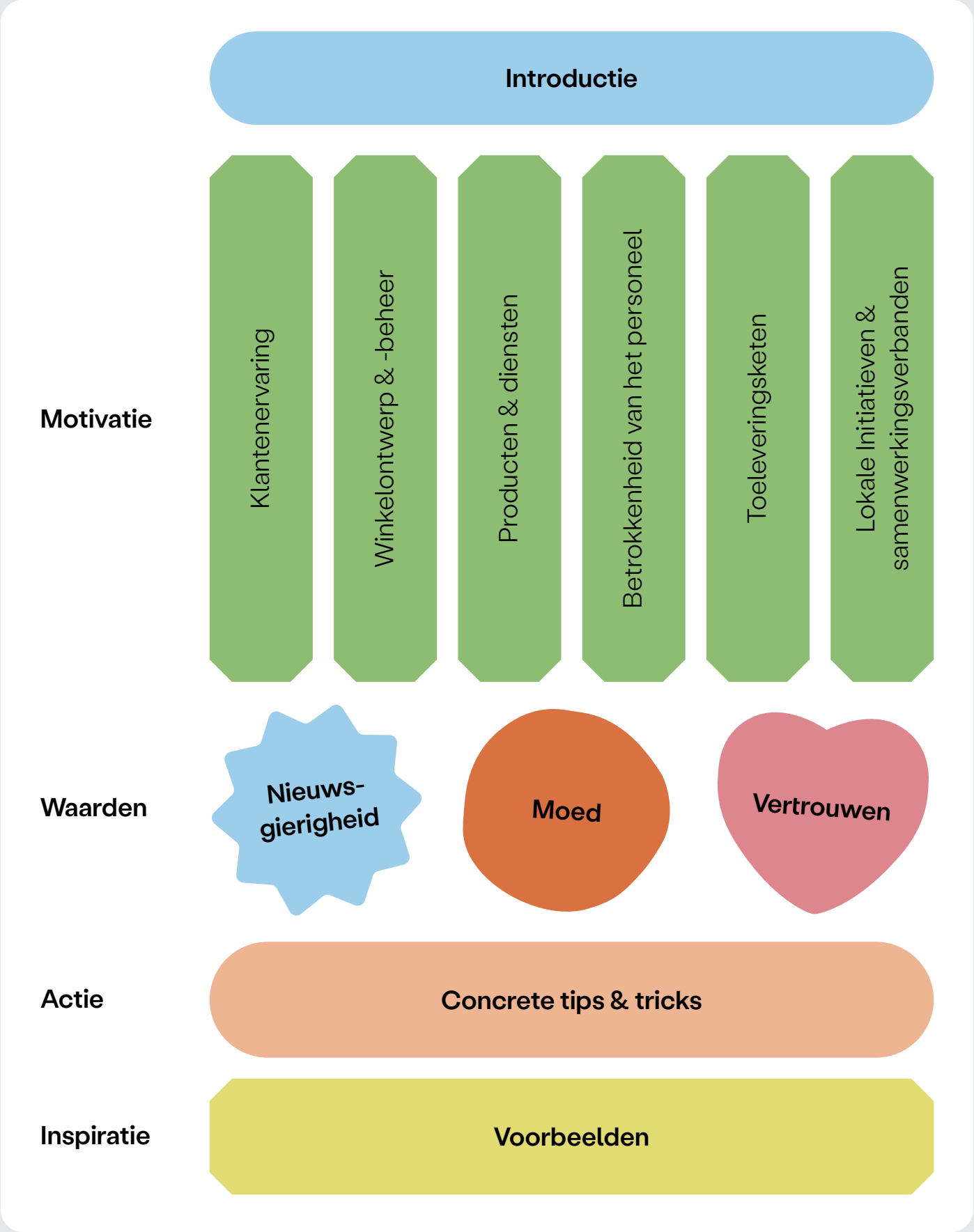
Het Green Retail Handboek is er voor detailhandelaars die

Hun bedrijf *future-proof* willen maken, zodat het klaar is voor de vraag van hun klanten naar meer duurzaamheid, voor nieuwe afspraken met hun leveranciers en de strengere milieueisen.

Op zoek zijn naar de ideale mix van inkomsten en duurzame keuzes: Waar kan worden bespaard? Wat kan worden hergebruikt? Welke nieuwe activiteiten en inkomstenstromen kunnen worden gecreëerd?

Zich willen laten inspireren om duidelijke, concrete doelen te stellen en het momentum willen grijpen.

Structuur van het handboek



Structuur van het handboek

Het handboek is opgebouwd rond zes hoofdthema's die we als essentieel ervaren voor het creëren van bloeiende, duurzame retailbedrijven:

Customer experience
Hoe je klanten betrekt en tevreden maakt terwijl je duurzaamheid en circulaire oplossingen promoot.

Winkelontwerp en -beheer
Creëer ruimtes die jouw waarden weerspiegelen en de winkelervaring verbeteren.

Producten en diensten
Bied duurzame keuzes aan die aanslaan bij je klanten.

Betrokkenheid van het personeel
Zet je team ertoe aan om ambassadeurs voor verandering te worden.

Supply Chain
Zet transparante, verantwoordelijke en circulaire processen op poten.

Lokale initiatieven en samenwerkingsverbanden
Versterk de relatie met je buurt door zinvolle samenwerkingen.

Elk thema is geworteld in drie kernwaarden: **Moed**, **Vertrouwen** en **Nieuwsgierigheid**. Deze waarden vormen de basis voor het creëren van een positieve, duurzame impact die blijvend is.

Dit handboek is het resultaat van het Interreg Noordzeeproject Green Retail, dat werd uitgevoerd in drie proefsteden – Brugge (België), Göteborg (Zweden) en Vejle (Denemarken). In samenwerking met De Republiek, Drivhuset, Spinderihallerne (gemeente Vejle) en DDC – Danish Design Center, werden in 2024 36 lokale detailhandels bij het project betrokken om hen te helpen over te stappen op meer duurzame, circulaire en veerkrachtigere bedrijfsmodellen en winkelmanagement.

Laten we samen van retail een drijvende kracht voor duurzaamheid maken!

Inhoudsopgave

1 **Customer experience** 10
Hoe je klanten betrekt en tevreden maakt terwijl je duurzaamheid en circulaire oplossingen promoot.

2 **Winkelontwerp en -beheer** 17
Creëer ruimtes die jouw waarden weerspiegelen en de winkelervaring verbeteren.

3 **Producten en diensten** 26
Bied duurzame keuzes aan die aanslaan bij je klanten.

4 **Betrokkenheid van het personeel** 31
Zet je team ertoe aan om ambassadeurs voor verandering te worden.

5 **Supply Chain** 37
Zet transparante, verantwoordelijke en circulaire processen op poten .

6 **Lokale initiatieven en samenwerkingsverbanden** 43
Versterk de relatie met je buurt door zinvolle samenwerkingen.

7 **Epiloog** 51

Customer Experience

1

Customer Experience
Beschrijving

1

Creëer een winkelervaring die klanten inspireert en ertoe aanzet om duurzame keuzes te maken. Focus op *product-as-a-service* (product-als-dienstverlening) door begeleiding aan te bieden, storytelling en heldere communicatie die duurzame besluitvorming vergemakkelijkt.

Zoek met de nodige **moed** de grenzen op van traditionele manieren om klanten te betrekken. Bouw **vertrouwen** op door een transparante en consistente communicatie. Wek **nieuwsgierigheid** op door de unieke verhalen en waarden achter je producten en diensten te delen.

"Luister goed naar je klanten en de vragen die ze stellen. Een vraag onthult vaak een bepaalde behoefte die ze voelen of iets dat niet duidelijk is voor de klant. Maak hier gebruik van!"

Freya Demeyere — Retail Coach KERNpunt

Denk eens na over

- Op welke manier kun je je communicatie inzetten (bijv. dmv borden of sociale media) om je meest duurzame product onder de aandacht te brengen?
- Hoe kun je medewerkers betrekken om vragen van klanten (over je duurzame producten of praktijken) met overtuiging te beantwoorden?
- Welk eenvoudig verhaal over één van je producten kun je vertellen om de lokale of duurzame impact ervan te laten zien?

Customer Experience
Tips & Tricks

1

1 **Van duurzame kennis naar verbinding**
Gebruik duurzame kennis om win-win resultaten te creëren.

Hoe begin je eraan?
Moedig personeel aan om de duurzamere aspecten van je producten te kennen en deze te delen met klanten. Stel je tot doel om minstens één keer per dag een duurzaam kenmerk van een product te introduceren. Probeer het uit en pas je communicatiestijl aan om te komen tot wat het beste werkt voor zowel klanten als medewerkers.

Aan de slag!
Kies één product uit met een sterk duurzaam verhaal. Probeer uit hoe je de voordelen kunt uitleggen op een manier die klanten aanspreekt.

2 **Gebruik je klant als GPS**
Laat je bij beslissingen leiden door feedback van je klanten.

Hoe begin je eraan?
Praat regelmatig met klanten en vraag wat ze van je winkel, producten of duurzame initiatieven vinden. Zelfs korte, ongedwongen gesprekken kunnen waardevolle inzichten onthullen. Voor diepere feedback kun je overwegen om een klein testpanel of een enquête op te zetten.

Aan de slag!
Vraag vandaag drie klanten naar hun mening over een nieuw product of een nieuwe winkelfunctie.

3 **Durf het aan je klanten te vragen**
Klanten zijn een geweldige bron van feedback en inspiratie.

Hoe begin je eraan?
Vraag rechtstreeks feedback aan je klanten: via informele gesprekken, een ideeënbus of enquêtes op sociale media. Vraag wat ze van je winkel vinden, wat ze van je duurzame producten vinden of waar ze nog meer van zouden willen zien.

Aan de slag!
Zorg ervoor dat klanten op een eenvoudige manier feedback kunnen achterlaten, zoals een ideeënbus of een snelle online enquête.

Customer Experience
Voorbeeld

1

Durf je klant te bevragen

Je klant kan je waardevolle informatie geven,
je hoeft het alleen maar te durven vragen.

Otto Waffle Atelier, Brugge – meeneemwafels

Beschrijving
Otto Waffle Atelier biedt klanten een gluten-, lactose- en suikervrije wafel, maar wilde nog een stapje verder gaan door ze ook veganistisch te maken. Geen eenvoudig proces dat zowel de smaak en textuur, als de bakeigenschappen beïnvloedt. Om de mening van de klant beter te leren kennen, organiseerden ze een testpanel van klanten om de veganistische wafel blind te proeven en te vergelijken met de *gewone* wafel. Ze kon het testpanel hun bevindingen op een invulblad noteren en de twee wafels een score geven. Het gaf Otto Waffle nuttige informatie en het vertrouwen om door te gaan met hun onderzoeksproces.

Welke concrete acties heeft de winkel ondernomen en hoe?
— Klanten zijn zeer bereidwillig om te investeren in een testmoment: ze zijn blij dat hun mening wordt gehoord in ruil voor een gratis consumptie.
— Door te werken met een eenvoudig in te vullen formulier kun je in korte tijd waardevolle informatie verzamelen.
— Je creëert een waardevolle band met je klant die op zijn beurt anderen zal vertellen over deze speciale ervaring.

Wie was betrokken bij het proces/experiment?
— De winkelmanager stelde de vragenlijst op en verwerkte de resultaten.
— Het personeel was betrokken bij de praktische organisatie van de avond.
— De klanten proefden en vulden de vragenlijst in, maar gaven ook mondeling waardevolle feedback.

Concreet resultaat
Het testpanel van klanten gaf Otto Waffle nuttige feedback. Met hernieuwde energie en extra professionele hulp pasten ze de samenstelling van het wafeldeeg en hun productieproces aan.

Durf je klant te bevragen

Customer Experience
Voorbeeld

1

Slimmer gebruik van middelen

Herverkoop van pre-loved jurken – een win-win voor klanten, winkel en planeet.

Panayotis, Vejle – verkoop van hoogwaardige bruidsjurken en feestjurken

Een steeds groter deel van de inkomsten komt van het opnieuw verkopen van dezelfde jurken. De verkoop van *pre-loved* jurken zorgt voor een financiële stimulans voor zowel de bruid die verkoopt als de bruid die koopt. De verkopende bruid blijft eigenares van de jurk tot aan de verkoop.

Beschrijving
De winkel heeft zichzelf de uitdaging gesteld om verschillende manieren te vinden om verstandiger met middelen om te gaan:
— Verhoogde aandacht voor het normaliseren van de mogelijkheid van tweedehandsjurken.
— Verhoogde aandacht voor het vermijden van ongebruikte voorraden jurken en materialen in het kleermakersatelier.
— Verhoogde aandacht voor een beter gebruik van het pand (door samenwerking met collega's in de bruidsbranche).

Welke concrete acties heeft de winkel ondernomen en hoe?
De winkeleigenaar en zijn managementteam zochten naar manieren voor een verstandiger gebruik van bestaande grondstoffen. Ze ontwikkelden initiatieven, stelden zichzelf korte- en langetermijndoelen, maakten projectplannen en deadlines voor de opvolging.
— Het hoofd marketing en het winkelpersoneel hebben het *pre-loved*-concept in een aantrekkelijk kleedje gestopt.
— Het hoofd inkoop en de kleermakers werken aan het verminderen van de overstock (inkoop verminderen en het herontwerpen van onverkochte jurken vergroten).
— Het hele team maakte plannen voor een beter gebruik van het gebouw door middel van samenwerking.

Customer Experience **Voorbeeld** (vervolg)

1

Wie was betrokken bij het proces/experiment?

— De **winkeleigenaar** is de drijvende kracht in het proces.
— Hij betrekt zijn **managementteam** bij het proces van idee-ontwikkeling en bij het opvolgen van de resultaten.
— Het managementteam betrekt de **ruimere groep van medewerkers** bij de communicatie met de **klanten**.

Concreet resultaat

— Het verhogen van de herverkoop van jurken zorgt voor besparingen bij de productie van nieuwe jurken.
— De afname van overstock en een beter overzicht van de materialen heeft geleid tot geldbesparing.
— De verhoogde marketingfocus op de *pre-loved* jurken zal meer klanten genereren en bijdragen aan de veerkracht van de winkel in een toekomst waarin nog meer aandacht zal zijn voor duurzame alternatieven.

Slimmer gebruik van middelen

Winkelontwerp & -beheer

2

Winkelontwerp & -beheer
Beschrijving

2

Vorm je fysieke winkel om tot een flexibele en innovatieve ruimte waarin duurzaamheid weerspiegeld wordt. Optimaliseer je energieverbruik door te kiezen voor leveranciers van groene energie én energiezuinigere oplossingen. Gebruik de winkel als proeftuin voor nieuwe ideeën en initiatieven.

Experimenteer met **moed**, met een ontwerp dat overeenkomt met je waarden. Bouw **vertrouwen** op door je duurzame inspanningen zichtbaar te maken. Moedig **nieuwsgierigheid** aan door creatieve indelingen en aantrekkelijke displays.

"Zie een winkel als iets dynamisch! Klanten vinden het leuk als ze elke keer iets nieuws kunnen ontdekken, maar het is ook een geweldige manier om kleine veranderingen door te voeren en nieuwe dingen uit te testen."

Margot Billiet — Sashuis, Brugge

Denk eens na over

- Welke kleine verandering kan je maken om het energieverbruik in je winkel te verminderen, zoals overschakelen op LED-lampen of de thermostaat een graadje lager zetten?
- Kan je samenwerken met een plaatselijke leverancier om een nieuw duurzaam product of dienst in je winkel te testen?
- Hoe kan je een deel van je winkelruimte gebruiken om een duurzaam initiatief onder de aandacht te brengen, zoals een recyclingstation of een *duurzame hoek*?

Winkelontwerp & -beheer
Tips & Tricks

2

1 **Bepaal het traject dat de klant in je winkel aflegt**
Richt je winkel op zo'n manier in zodat je klant een natuurlijke flow volgt en zet hierbij belangrijke zones in de kijker.

Hoe begin je eraan?
Schets de lay-out van je winkel en leg de *hotspots* bloot waar klanten van nature pauzeren of contact zoeken. Richt deze gebieden elk seizoen opnieuw in en test wekelijks nieuwe producten om te zien wat de aandacht trekt.

Aan de slag!
Schets de indeling van je winkel en markeer drie hotspots. Probeer vandaag nog een belangrijk product of belangrijke boodschap naar één van deze gebieden te verplaatsen.

2 **Wees je eigen klant**
Verplaats je in de klant en leer door je winkel zelf te observeren en te ervaren.

Hoe begin je eraan?
Teken de lay-out van je winkel uit en breng de *customer journey* in kaart. Observeer hoe klanten interageren met je winkel en luister naar hun vragen. Gebruik dit inzicht om de lay-out, instore communicatie of productplaatsing te verbeteren.

Aan de slag!
Loop eens 30 minuten door je winkel alsof je een klant bent. Noteer welke zaken onduidelijk zijn of verbeterd kunnen worden.

Winkelontwerp & -beheer
Tips & Tricks

2

3 **Verbeter het afvalbeheer**
Kleine stappen om je afval aanzienlijk te verminderen.

Hoe begin je eraan?
Reorganiseer je afvalzone om sorteren makkelijk en efficiënt te maken. Neem contact op met jouw afvalinzamelaar om het aantal restafvalbakken te verminderen en de recyclingcapaciteit te vergroten. Stel een deadline om dit af te ronden en houd je eraan.

Aan de slag!
Trek deze week twee uur uit om je afvalzone te herschikken en om prioriteit te geven aan sorteren.

4 **Koester kleine experimenten**
Grote veranderingen beginnen met kleine experimenten.

Hoe begin je eraan?
Spot kansen en probeer ze vervolgens op kleine schaal uit. Stel duidelijke tijdschema's op voor het uitproberen en evalueren van je experimenten. Sta open om veranderingen bij te stellen of terug te draaien als ze niet werken.

Aan de slag!
Kies een klein experiment om deze week mee te beginnen, zoals het herschikken van een display of het introduceren van een duurzaam product, en plan om het over een maand te evalueren.

Denk voor je klant

Visualiseer kansen die de klant nog niet had gezien

Purpose., Brugge – handtassenontwerper

Beschrijving
Purpose. is een ontwerper van leren handtassen en accessoires. Om de levensduur van de handtassen te verlengen, biedt ze de klant verschillende accessoires aan om hun tas te pimpen. Zo kunnen ze de handtassen een nieuwe look en een tweede leven te geven. Eenvoudige ingrepen die niet veel hoeven te kosten, maar wel veel effect hebben. Purpose. heeft een aparte *Pimp your bag* hoek in haar winkel gemaakt waar ze klanten de verschillende mogelijkheden laat zien.

"Zorg voor conversatiestarters in je winkel. Een schitterende manier om klanten op weg te helpen naar een duurzamere manier van winkelen en hen waardevolle informatie te mee te geven."

Marlies Parmentier, purpose. – Brugge

Welke concrete acties heeft de winkel ondernomen en hoe?
- Creëer een fysieke ruimte/hoek in je winkel, visualiseer je boodschap en geef de klant concrete tips & tricks.
- Denk voor je klant, visualiseer mogelijkheden die de klant nog niet zag en help de klant op weg.
- Maak gedragsverandering haalbaar en aantrekkelijk door storytelling te gebruiken.

Wie was betrokken bij het proces/experiment?
- De winkelmanager/personeel initieert de ruimtelijke interventie en creëert de extra producten en diensten, of koopt ze in.
- Klanten worden uitgenodigd om een gesprek aan te gaan en concrete stappen te zetten om duurzamer te consumeren

Concreet resultaat
Door een hoekje in je winkel in te richten met concrete tips om duurzamer te consumeren, geef je klanten nieuwe ideeën en maak je het makkelijker om je duurzame boodschap en producten te verkopen. Je maakt het concreet en tastbaar voor de klant en vaak is het een goede conversatiestarter.

Winkelontwerp & -beheer
Voorbeeld

2

4 winnaars

De winkel, de klant, de leverancier en de planeet

Kvickly, Vejle – Deens warenhuis dat deel uitmaakt van een grote keten verspreid over heel het land.

Kvickly is actief bezig met dubbele of driedubbele winsten:
— Klanten winnen twee keer: ze besparen geld én vermijden voedselverspilling.
— De winkel wint ook twee keer: ze verdienen geld én vermijden voedselverspilling.

Ze werken samen met veel initiatieven rond het verminderen van voedselverspilling: *too-good-to-go*, *foodwaste-boxen*, *neem de voorste in de rij*, betere voorraadcontroles, de producten die ze het eerst willen verkopen worden op de beste verkoopplekken geplaatst.

Win-win
Ze vinden niet alleen manieren om hun eigen *bijna vervallen* voedingsmiddelen te verkopen in plaats van ze weg te gooien. Ze hebben **hun rol als schakel tussen de leveranciers van bijna vervallen producten en de klanten vergroot.** Ze hypen deze speciale aanbiedingen via hun facebooksite waar klanten zich kunnen aanmelden en in de winkel kunnen komen afhalen. De winkel krijgt de aanbiedingen tegen een goede prijs van de leveranciers en maakt winst op de verkoop. En de klanten zijn gelukkig omdat ze een goede deal kunnen doen.

Welke concrete acties heeft de winkel ondernomen en hoe?
Het is een strategische keuze van de winkelmanager om actief mogelijkheden voor dubbele winst te spotten en deze in de verf te zetten: Initiatieven waarbij iedereen wint. In dit geval wint niet alleen de winkel, de klant en de planeet, maar ook de leverancier.

Winkelontwerp & -beheer
Voorbeeld (vervolg)

2

Wie was betrokken bij het proces/experiment?

— De **winkelmanager** is de drijvende kracht in het proces
— Hij betrekt zijn **managementteam** bij het proces van idee-ontwikkeling en bij het opvolgen van de resultaten.
— Ze creëren **prikkels voor de klanten** om keuzes te maken die voedselverspilling tegengaan.
— Ze vormen de schakel tussen de **leveranciers** van *bijna vervallen* producten en de klanten.
— De winkeluitbater heeft zijn aanpak gedeeld met het **bestuur**, dat de initiatieven steunt.

Concreet resultaat

— Een meetbare afname van voedsel dat wordt weggegooid (gehalveerd in de afgelopen twee jaar).
— Een financiële stijging door het verkopen in plaats van weggooien van voedsel.
— De speciale aanbiedingen die op Facebook worden gedeeld, trekken de klanten naar de winkel.

4 winnaars

Producten & Diensten

3

Producten & diensten
Beschrijving

3

Bied duurzame producten en diensten aan die weerklank vinden bij je klanten en je waarden weerspiegelen. Benadruk de impact van *product-as-a-servive* door deskundig advies en ondersteuning te bieden.

Geef met **moed**, prioriteit aan leveranciers die op één lijn zitten met je duurzaamheidsdoelstellingen. Bouw **vertrouwen** op door transparantie en een consistente kwaliteit. Prikkel **nieuwsgierigheid** door unieke, innovatieve oplossingen te presenteren.

"De stukken keramiek die ik met de Japanse Kintsugi-techniek heb gerestaureerd en in mijn winkel tentoonstel, zijn zo populair dat ze meteen worden verkocht. Mensen houden van het verhaal dat het vertelt."

Marianne Vandenbussche — Keramiekontwerper, Brugge

Denk eens na over

- Welk product je in jouw winkel zou kunnen vervangen door een duurzamer alternatief?
- Hoe kun je je klanten uitleggen waarom een duurzaam product misschien iets meer kost, maar meer waarde biedt?
- Zou je een dienst kunnen toevoegen, zoals productreparatie of -verhuur, om je winkel circulairder te maken?

Producten & diensten
Tips & Tricks

3

1 **Geef een nieuw leven aan oude spullen**
Sociale duurzaamheid begint met kleine acties.

Hoe begin je eraan?
Ruim je stock op die niet meer verkoopt en zoek creatieve manieren om het te hergebruiken. Kan het met korting worden verkocht, aan een goed doel worden geschonken of opnieuw worden gebruikt (door jezelf of iemand anders)? Ontdek hoe het geven van een tweede leven aan spullen je winkel, je gemeenschap en de planeet ten goede kan komen.

Aan de slag!
Kies één item uit je stock dat je deze week kunt hergebruiken of doneren.

2 **Maak van service een product**
Verbeter de klantervaring en duurzaamheid door servicegerichte oplossingen aan te bieden.

Hoe begin je eraan?
Bedenk hoe je winkel aan de behoeften van klanten kan voldoen door middel van diensten in plaats van alleen producten. Bied bijvoorbeeld reparatiediensten aan voor artikelen die je verkoopt, verhuur producten die klanten misschien maar tijdelijk nodig hebben of introduceer workshops waarin klanten leren hoe ze de levensduur van je goederen kunnen verlengen. Begin kleinschalig door één gebied te kiezen waar een dienst je bestaande aanbod zou kunnen aanvullen en test het gedurende een bepaalde periode. Promoot deze dienst als een manier om waarde toe te voegen, afval te verminderen en een sterkere relatie met je klanten op te bouwen.

Aan de slag!
Kies één product in je winkel en bedenk hoe je daar een dienst omheen kunt aanbieden. Zou je klanten kunnen leren hoe ze producten kunnen repareren of upgraden? Kan je verhuren in plaats van te verkopen?

Waarom het belangrijk is
Focussen op diensten creëert een win-win situatie door de loyauteit van klanten te versterken en verspilling tegen te gaan. Het benadrukt ook de inzet van je winkel voor duurzaamheid, waardoor klanten een reden hebben om terug te komen. Kleine verschuivingen zoals deze kunnen grote veranderingen teweegbrengen in de manier waarop je bedrijf werkt en de impact die het heeft.

Creatief gebruik van overstock

Duurzaamheid en winstgevendheid in duurzame detailhandel

Tyget, Varbergshudden

Beschrijving
Sarah van Tyget laat zien hoe creativiteit en duurzaamheid hand in hand kunnen gaan door restmaterialen (voornamelijk de onverkoopbare stoffen) om te zetten in verkoopbare interieurdecoraties zoals seizoensgebonden pompoenen voor Halloween en handgemaakte kerstmanfiguren voor Kerstmis. Daarnaast geeft ze naaiworkshops, waarbij ze anderen leert hoe ze het beste gebruik kunnen maken van materialen die anders zouden worden weggegooid. Door deel te nemen aan het Green Retail project heeft Sarah tools zoals het Green Retail Wheel en de Customer Journey (zie Toolkit) geïmplementeerd om haar processen te verbeteren, betere klantervaringen te creëren en duurzaamheid in haar bedrijfsmodel te verankeren.

Welke concrete acties heeft de winkel ondernomen en hoe?
Sarah's benadering van duurzaamheid en winstgevendheid omvatte de volgende belangrijke acties:
- Gebruikmaken van overstock om unieke, verkoopbare producten te maken, waarbij afval tot een minimum wordt beperkt.
- Het introduceren van naaiworkshops om vaardigheden te delen en duurzame praktijken te promoten.
- Het Green Retail Wheel gebruiken om mogelijkheden voor het verbeteren van duurzaamheid te identificeren.
- De Customer Journey tool toepassen om de klantervaring en -tevredenheid te verbeteren.

Producten & diensten
Voorbeeld (vervolg)

3

Resultaten
— Minder afval door bijna alle restmaterialen om te zetten in verkoopbare producten.
— Verhoogde winstgevendheid door innovatief gebruik van middelen en nieuwe productlijnen.
— Verbeterde klantbetrokkenheid en -ervaring met op maat gemaakte duurzaamheidsgerichte workshops en producten.

Wie was betrokken bij het proces/experiment?
— Sarah (winkeluitbater en maker).
— Deelnemers aan de workshop en klanten.
— Retaildeskundigen en duurzaamheidscoaches van het Green Retail-project.

Concreet resultaat
— Creatie van zeer verkoopbare en duurzame producten zoals seizoensgebonden en toeristische producten.
— Verbeterd bedrijfsmodel met een sterke focus op afvalvermindering en klantentevredenheid.

Volgende stappen
— Duurzaamheid blijven integreren in nieuwe productontwerpen.
— Het workshopaanbod uitbreiden om een ruimer publiek te bereiken.
— Gebruik regelmatig de hulpmiddelen zoals het Green Retail Wheel en de Customer Journey om de voortgang te volgen en verdere verbeteringen te identificeren.

Creatief gebruik van overstock

Betrokkenheid van het personeel

4

Betrokkenheid van het personeel **Beschrijving**

4

Zorg ervoor dat je team kan optreden als duurzaamheidsambassadeurs en maak het voor hen gemakkelijk om duurzamere praktijken te omarmen. Activeer nieuwe competenties door training en hulpmiddelen aan te bieden die duurzaamheid verbinden met hun dagelijkse werk.

Heroverweeg met **moed** de rol van het personeel om duurzaamheidsdoelen op te nemen. Bouw **vertrouwen** op door hen te betrekken bij besluitvormingsprocessen. Stimuleer **nieuwsgierigheid** door voortdurend te leren en samen te werken.

"Om motivatie en vooruitgang te creëren, heb je iemand nodig die je verantwoordelijk houdt en controleert hoe het gaat."

Kenni Tolstrup Jørgensen — Kvickly, Vejle

Denk eens na over

- Wat is een duurzame actie die je personeel eenvoudig en snel kan opnemen (bijvoorbeeld het licht uitdoen of afval scheiden)?
- Hoe kun je je team betrekken bij het genereren van nieuwe duurzame ideeën?
- Kunt je je personeel een snelle handleiding of trainingssessie geven om hen te helpen de duurzaamheidsinspanningen uit te leggen aan klanten?

Betrokkenheid van het personeel **Tips & Tricks**

4

1 **Benut het potentieel van bestaande bronnen**
Maximaliseer wat je al hebt.

Hoe begin je eraan?
Trek tijdens een personeelsvergadering tijd uit om te brainstormen over manieren om bestaande middelen beter te gebruiken - restvoorraden, materialen of zelfs ideeën. Deel suggesties als een team, geef prioriteit aan de meest veelbelovende suggesties en wijs vervolgtaken toe. Herhaal dit proces maandelijks of jaarlijks om nieuwe kansen te ontdekken.

Aan de slag!
Maak een lijst van bronnen die je momenteel hebt, maar die je te weinig gebruikt. Kies er een uit die je deze week maximaal wilt benutten.

2 **Nieuwe (duurzame) kennis opdoen**
Bouw een transparante toeleveringsketen op door te leren en te delen.

Hoe begin je eraan?
Probeer meer te weten te komen over je producten en certificeringen, en deel deze kennis met je personeel. Organiseer korte vergaderingen op regelmatige basis om te informeren zodat de neuzen in dezelfde richting staan. Gebruik wat je leert om met het nodige vertrouwen de duurzame voordelen aan klanten te communiceren.

Aan de slag!
Kies één product of certificering om deze week tegen het licht te houden. Deel je bevindingen op je volgende personeelsbijeenkomst.

3 **Betrek medewerkers bij het opbouwen van een visie met creatieve visualisatie.** Gebruik fysieke metaforen om de verbeelding van je team te prikkelen en hun inspanningen af te stemmen op duurzaamheidsdoelen.

Hoe begin je eraan?
Geef tijdens een teamvergadering verschillende voorwerpen zoals speelgoedauto's, kleurrijke stoffen of gereedschap en vraag de werknemers om er één te kiezen die de identiteit of ambities van de winkel symboliseert. Een gadget op zonne-energie kan bijvoorbeeld staan voor innovatie, of een stevige ladder voor groei. Bespreek de kwaliteiten van de gekozen objecten en hoe ze passen bij het duurzaamheidstraject van je winkel. Werk samen om deze ideeën om te zetten in uitvoerbare stappen die werknemers kunnen nemen.

Betrokkenheid van het personeel **Tips & Tricks** (vervolg)

4

Waarom het werkt
Deze activiteit moedigt het personeel aan om zich betrokken te voelen bij de visie van de winkel en biedt een creatieve manier om individuele bijdragen af te stemmen op bredere doelen.

Aan de slag!
Vraag tijdens je volgende personeelsvergadering: *"Welk voorwerp representeert volgens jullie het best onze winkel? Hoe kunnen we deze visie beter tot leven brengen?"* Gebruik hun antwoorden om te inspireren tot concrete acties en gedeelde betrokkenheid.

4 **Stimuleer werknemersbetrokkenheid met een Duurzame Ideeën Muur**
Inspireer je team om duurzame ideeën aan te dragen door een eenvoudige en interactieve ruimte te creëren om te brainstormen.

Hoe begin je eraan?
Hang een groot leeg vel papier of een whiteboard op in de personeelsruimte met de titel '*Duurzame ideeën voor onze winkel*'. Verdeel de ruimte in categorieën zoals *Winkelinrichting*, *Producten en diensten*, en *Gebruik van bronnen*. Zorg voor kleurrijke markers of post-its en nodig werknemers uit om hun ideeën op te schrijven. Bekijk en bespreek de suggesties regelmatig tijdens teamvergaderingen om prioriteiten te stellen en de ideeën met de meeste impact te implementeren.

Waarom het werkt
Een Duurzame Ideeën Muur geeft werknemers de kans om hun ideeën te delen en zich onderdeel te laten voelen van het duurzaamheidstraject van de winkel. Het stimuleert ook creativiteit en teamwerk terwijl praktische, bruikbare oplossingen worden gevonden.

Aan de slag!
Zet vandaag nog je Duurzame Ideeën Muur op en moedig je team aan met de vraag, *"Wat is één klein idee dat we kunnen proberen om onze winkel duurzamer te maken?"*. Houd het proces informeel en leuk om betrokkenheid te stimuleren.

Betrokkenheid van het personeel **Voorbeeld**

4

Duurzamere productkeuze introduceren bij de klanten

Wunderwear, Vejle – deel van een ondergoedketen van 36 winkels in Denemarken

Welke concrete acties heeft de winkel ondernomen en hoe?

— De winkelmanager besloot **meer te weten te komen over de producten in de winkel**: weten welke de meer duurzame alternatieven van elk assortiment zijn. Vooral weten wat de *kleine lettertjes* op de etiketten over certificeringen inhouden, hielp.
— De winkelmanager **verspreidde de kennis onder het personeel.** Het maakt nu deel uit van het onthaalproces bij nieuw personeel. Alle medewerkers nemen de duurzaamheidsdimensie mee als onderdeel van hun gesprekken met klanten - iedereen doet het op zijn eigen manier en vindt het eenvoudig om het te integreren.

Het meten van het effect

— Focus op twee specifieke productgroepen en volg de ontwikkeling van de verkoop in de loop van de tijd door de verkochte artikelen in twee verschillende periodes te vergelijken (de periode van de versterkte focus op duurzaamheid en dezelfde periode het jaar daarvoor).
— Het aantal verkochte artikelen in de twee *duurzamere keuze*-categorieën steeg met 32% en 67%.

Wie was betrokken bij het proces/experiment

— De **winkelmanager** was de drijvende kracht in het proces
— Ze betrok alle **medewerkers** bij het proces - bewustzijn van en aandacht voor de duurzaamheid van producten
— Alle medewerkers nemen nu duurzaamheid op in hun gesprekken met de **klanten**.
— De winkelmanager nam ook contact op met de **belangrijkste merken**. Eén merk zorgde voor een bak voor het inleveren van oude kleding, per 5 kg wordt een boom geplant. Deze bak staat nu in de winkel.
— De winkelmanager deelde haar bevindingen in de nieuwsbrief voor **alle andere 35 winkelmanagers**, tips en adviezen worden gedeeld in hun interne facebookgroep van de keten en duurzame bedrijfsontwikkeling werd voor het eerst een apart aandachtspunt op de jaarvergadering voor alle winkels in de keten.

Concreet resultaat

Dit duidelijke effect heeft invloed op **toekomstige productkeuzes** in de winkel. De wetenschap dat het mogelijk is om het aankooppatroon van de klanten te beïnvloeden, geeft het vertrouwen om over te stappen op een ruimer aanbod van duurzamer geproduceerde producten.

Duurzamere productkeuze introduceren bij de klanten

Supply Chain

5

Supply Chain
Beschrijving

5

Bouw aan een transparante, circulaire toeleveringsketen die jouw impact op het milieu vermindert en gedeelde waarde creëert.

Vorm met **moed** partnerschappen die aansluiten bij je duurzaamheidsmissie. Bouw **vertrouwen** op door het traject van uw toeleveringsketen te documenteren en te delen. Prikkel **nieuwsgierigheid** door klanten en belanghebbenden te betrekken bij je overgang naar circulaire oplossingen.

"Er zijn meerdere manieren om duurzaamheid te benaderen. Er zijn verschillende mogelijkheden en veel factoren om rekening mee te houden, zoals de duurzaamheid van materialen versus certificeringen, hoe je de werknemers en je toeleveringsketen erbij betrekt, ect."

Panayotis

Denk eens na over

- Kan je jouw leveranciers vragen naar hun duurzaamheidspraktijken of certificeringen? Begin met één en ga van daaruit verder.
- Is er een lokale leverancier met wie je zou kunnen samenwerken om de transportemissies te verminderen en je gemeenschapsbanden te versterken?
- Zou je kunnen beginnen met één artikel in je winkel te vervangen door een product dat minder belastend is voor het milieu?

Toeleveringsketen
Tips & Tricks

5

1 **Begin het gesprek**
Breng de duurzaamheidsinzichten van je leveranciers in kaart.

Hoe begin je eraan?
Focus om te starten op één leverancier. Denk na over de belangrijkste gebieden waarop je de duurzaamheid in je toeleveringsketen wilt verbeteren, zoals milieucertificeringen, verpakkingen of recyclinginitiatieven. Neem contact op met je leverancier en stel specifieke vragen. Bijvoorbeeld of ze producten aanbieden met een lagere milieu-impact of dat ze opties hebben om verpakkingsafval te verminderen. Evalueer of hun antwoorden overeenkomen met de duurzaamheidsdoelen van jouw winkel. Identificeer van daaruit praktische stappen om eventuele veranderingen door te voeren.

Aan de slag!
Bevraag vandaag nog een leverancier met: “Welke concrete stappen ondernemen jullie richting meer duurzaamheid en hoe kunnen we hierin samenwerken?”

Waarom het belangrijk is
Het aangaan van een dialoog creëert moed om met duurzaamheid aan de slag te gaan, bevordert het vertrouwen in je partnerschappen en wekt nieuwsgierigheid op naar nieuwe, duurzamere mogelijkheden in je toeleveringsketen. Kleine vragen kunnen tot grote veranderingen leiden.

2 **Vind de ‘sweet spot’**
Combineer hoge ambities met *laaghangend fruit*.

Hoe begin je eraan?
Neem contact op met leveranciers om producten te identificeren waarvan de vervaldatum nadert of die overstock zijn. Koop ze tegen een gereduceerde prijs en zet ze in de kijker als super aanbiedingen en duurzame keuzes. Begin klein en evalueer de impact op je verkoop en het verminderen van het afval.

Aan de slag!
Bel vandaag nog een leverancier om te vragen naar mogelijke overschotten of producten waarvan de vervaldatum nadert.

Toeleveringsketen
Voorbeeld

5

Zoek naar win-wins

Uw toeleveringsketen duurzamer maken kan ook een positieve impact hebben op andere gebieden.

Dees Koffiebranders, Brugge – koffiebranderij

Beschrijving
Dees Koffiebranders brandt duurzame *Specialty* koffiebonen die niet alleen B2C worden verkocht, maar ook B2B aan hotels, restaurants en cafés worden geleverd. Normaal worden de koffiebonen geleverd in jutezakken, maar Dees Koffiebranders stapte over op herbruikbare tonnen. Deze worden tussen de leveringen door gewassen in de professionele wasstraat van een sociale economie bedrijf dat mensen met een beperking tewerkstelt. Deze vaten zijn niet alleen circulair in gebruik, ze hebben ook het voordeel dat ze gemakkelijker te stapelen zijn, minder opslag-/transportruimte innemen, gemakkelijker te hanteren zijn en hygiënischer zijn. Dus een win-win voor zowel leverancier als klant!

Welke concrete acties heeft de winkel ondernomen en hoe?
- Durf ook je toeleveringsketen en logistiek in vraag te stellen en te heroverwegen.
- Investeer in voldoende opslagruimte en zoek partnerschappen met (sociale) spelers in de buurt die kunnen bijdragen aan het logistieke proces.
- Laat de win-win situatie zien en je klanten zullen gemakkelijk overtuigd raken van de duurzamere optie.

Wie was betrokken bij het proces/experiment?
- Winkelmanager/personeel die een nieuwe toeleveringsketen en logistieke stroom ontwerpt en opzet.
- Het nieuwe systeem vereist een kleine aanpassing van de klant, maar hij is al snel overtuigd van de positieve effecten.

Concreet resultaat
Het vergt een initiële investering in herbruikbare verpakkingen, voorraadruimte en het opzetten van een partnerschap met een bedrijf uit de sociale economie, maar het creëert verschillende win-wins op de lange termijn en een positief én sociaal verhaal dat je kunt communiceren.

Zoek naar win-wins

Lokale initiatieven & samenwerkings-verbanden

6

Lokale initiatieven & samenwerkingsverbanden **Beschrijving**

6

Versterk de gemeenschapsbanden door zinvolle samenwerkingen op te zetten volgens principes als *Vraag het je buurman* of *Gebruik je lokale netwerk*.

Neem met **moed** het voortouw bij initiatieven die gedeelde waarde creëren. Bouw **vertrouwen** op door een consistente betrokkenheid te tonen bij je lokale omgeving. Prikkel **nieuwsgierigheid** door de gemeenschap te betrekken bij creatieve, duurzame projecten.

"Het is belangrijk om drempels te verlagen voor klanten die duurzamer willen winkelen. Tijdens het project Green Retail in Brugge hebben we een sticker ontwikkeld voor de etalages van winkeliers in Brugge. Deze geeft op een visuele manier aan dat herbruikbare verpakkingen welkom zijn in deze winkel."

Elke Renders — Circular Hub, Brugge

Denk eens na over

- Is er een lokale organisatie of evenement waarmee je zou kunnen samenwerken om duurzaamheid in jouw gemeenschap te promoten?
- Hoe kun je je buren of bedrijven in de buurt aanmoedigen om mee te doen aan een gezamenlijk duurzaam initiatief, zoals een recyclingprogramma?
- Zou je een kaart of flyer in je winkel kunnen ophangen om andere duurzame initiatieven bij jou in de buurt te promoten?

Lokale initiatieven & samenwerkingsverbanden **Tips & Tricks**

6

1 **Durf je netwerk in te schakelen**
Maak gebruik van de hulpmiddelen en ideeën in je netwerk.

Hoe begin je eraan?
Als je materiaal, advies of een oplossing voor een probleem nodig hebt, vraag het dan aan je netwerk – collega's, vrienden of andere winkeleigenaars. Mensen zijn vaak bereid om te helpen en hebben misschien wat je zoekt.

Aan de slag!
Denk aan een uitdaging waar je voor staat. Vraag vandaag nog iemand in je netwerk om advies of hulpmiddelen.

2 **Versterk lokale partnerschappen m.b.v. creatieve visualisatie**
Stimuleer samenwerking en gezamenlijke doelen tussen lokale partners door fysieke objecten als metaforen te gebruiken.

Hoe begin je eraan?
Breng lokale partners samen en zorg voor een selectie voorwerpen – bijv. planten of gereedschap – die verschillende kwaliteiten of benaderingen symboliseren. Een robuuste gereedschapskist kan bijvoorbeeld gedeelde bronnen voorstellen, of klimplant kan staan voor een onderling verbonden netwerk. Vraag elke partner om een voorwerp te kiezen dat hun visie op samenwerking weergeeft en uit te leggen waarom. Gebruik deze gedeelde metafoor om een gesprek op gang te brengen over collectieve doelen en uitvoerbare volgende stappen voor duurzaamheidsinitiatieven.

Waarom het werkt
Deze activiteit creëert een neutrale en creatieve ruimte voor dialoog, waardoor partners hun visies op elkaar kunnen afstemmen en vertrouwen kunnen opbouwen terwijl mogelijkheden voor samenwerking worden geëxploreerd.

Aan de slag!
Nodig een of twee lokale bedrijven uit voor een informele brainstormsessie. Vraag, *"Welk van deze voorwerpen geeft het beste weer hoe we zouden kunnen samenwerken en wat kunnen we doen om dat te realiseren?"*

Lokale initiatieven & samenwerkingsverbanden – **Voorbeeld**

6

Wat voor de ene afval is, is goud voor een ander

Afval voor persoon x = een geweldige bron voor persoon y

Dees Koffiebranders, Brugge – koffiebrander

Beschrijving:
Dees Koffiebranders brandt duurzame *Specialty* koffiebonen die in jutezakken bij hem worden afgeleverd. Deze zakken zijn eigenlijk heel mooi en kunnen zeker een tweede leven krijgen. Hij biedt de zakken bijvoorbeeld aan aan een lokale voedselproducent die ze kan gebruiken om groenten te verbouwen, maar ook aan lokale ambachtelijke makers die de zakken gebruiken om er nieuwe producten mee te maken. Eén van de makers gaf de tassen bijvoorbeeld een nieuw leven door er een mooie jas van te naaien, maar je zou er net zo goed poefs van kunnen maken. Materiaal dat voor de één afval is, is voor de ander een waardevolle grondstof.

Welke concrete acties heeft de winkel ondernomen en hoe?
— Kijk eens met andere ogen naar je reststromen, misschien zit er potentieel in voor andere ondernemers.
— Vertel het door en kijk uit naar andere ontwerpers/makers/bedrijven die jouw afvalmateriaal kunnen gebruiken. Als er veel vraag naar is, kun je er zeker geld voor vragen.
— Zorg ervoor dat je je samenwerkingen laat zien, het publiek is enthousiast om zulke verhalen te horen.

Wie was betrokken bij het proces/experiment (winkelmanager, personeel, waardeketen of klanten)?
— De storemanager/personeel lanceert de oproep, live of online.
— Je netwerk zal snel reageren.

Concreet resultaat
Dees Koffies kan makkelijk een afzetmarkt vinden voor de jute koffiezakken omdat er potentieel in zit om ze te herge gebruiken en te verwerken tot nieuwe producten. Dit is een makkelijke manier om waarde toe te voegen aan iets dat anders afval zou geworden zijn.

Wat voor de ene afval is, is goud voor een ander

Bruggen bouwen

Bedrijven verenigen voor duurzaam retailsucces

Vijf verschillende verwachtingen gecombineerd in één gemeenschappelijke visie.
Een duurzame visie die alles doordringt.

Alla Tiders Johanssons Gård, Väster

Beschrijving
Vijf onafhankelijke bedrijven delen een winkelruimte vanuit een gemeenschappelijke visie op duurzaamheid. Verschil in visie en perspectief leidde echter tot spanningen en inefficiëntie. Door middel van verschillende workshops, waaronder een creatieve visualisatieoefening waarbij verschillende automerken als metafoor werden gebruikt, stelde de groep een gedragen visie op waarin duurzaamheid, uniciteit en transparantie centraal stonden. Ze ontwikkelden ook samenwerkingsstrategieën zoals een seizoensmarkt en begonnen workshops en lezingen aan te bieden, waardoor ze extra inkomstenbronnen creëerden en de klantervaring verbeterden.

Welke concrete acties heeft de winkel ondernomen en hoe?
Het proces om de bedrijven op één lijn te krijgen en resultaten te behalen omvatte:
- Het houden van een workshop om tot een gemeenschappelijke visie te komen met behulp van metaforen en visuele hulpmiddelen (bijv. gebruik van verschillende automerken om het bedrijf voor te stellen).
- Een gedeelde visie ontwikkelen aan de hand van metaforen. In dit geval een duurzame, geüpcyclede Volkswagenbus die ethische praktijken en transparantie symboliseert.
- Meetbare doelen definiëren: ten minste 80% van de stock moet bestaan uit unieke, geüpcyclede of artikels die voorheen onverkoopbaar waren.
- Het uitwerken van de visie in uitvoerbare stappen die van invloed zijn op het winkelontwerp, individuele bedrijfspraktijken en gedeelde bronnen.
- Het introduceren van een seizoensmarkt met producten van alle bedrijven om samenwerking te bevorderen en klanten aan te trekken.

Lokale initiatieven & samenwerkingsverbanden **Voorbeeld** (vervolg)

6

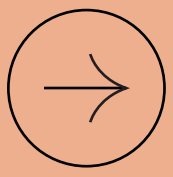
Wie was betrokken bij het proces/experiment (winkelmanager, personeel, waardeketen of klanten)?
— Vijf zelfstandige ondernemers delen de winkelruimte.
— Duurzaamheid facilitator en retail expert
— Klanten zijn enthousiast over het verbeterde winkelconcept en de nieuwe aanbiedingen.

Concreet resultaat:
— Een uniforme winkelidentiteit en een verbeterde klantervaring.
— Meer inkomsten door workshops, lezingen en seizoensmarkten.
— Meer financiële stabiliteit en duurzaamheid voor alle vijf de bedrijven.
— Verbeterde relaties en samenwerking tussen de vijf bedrijven.
— Een duidelijk gedefinieerde gedeelde visie, die zowel de interne afstemming als de externe communicatie verbetert.
— Verhoogde verkoop en klanttevredenheid dankzij een meer samenhangend winkelconcept en gezamenlijke inspanningen.
— Nieuwe zakelijke kansen, waaronder betaalde workshops en lezingen in de winkel.

Volgende stappen
— Herbekijk regelmatig de gemeenschappelijke visie en verfijn strategieën op basis van feedback en resultaten.
— Blijf tools zoals The Retail Coach inzetten voor voortdurende verbeteringen in instore communicatie en klantbetrokkenheid.
— Houd de verkoop en reacties van klanten in de gaten om de samenwerking en het aanbod verder te verbeteren.

Bruggen bouwen

Epiloog



Epiloog

7

Tot slot willen we onze oprechte dank uitspreken aan de betrokken winkels die aan dit traject hebben deelgenomen. Jullie engagement in het onderzoeken van duurzame praktijken, het testen van nieuwe ideeën en het betrekken van jullie gemeenschappen is zeer inspirerend geweest. Jullie **moed** om verandering te omarmen, jullie **vertrouwen** in het proces en jullie **nieuwsgierigheid** om nieuwe mogelijkheden te ontdekken, waren cruciaal om dit handboek tot stand te brengen.

Winkels spelen een cruciale rol bij het vormgeven van de toekomst van onze steden, samenleving en planeet. Door stappen te zetten in de richting van meer duurzaamheid hebben jullie laten zien hoe bedrijven zowel de lokale welvaart kunnen stimuleren en terzelfdertijd kunnen bijdragen aan een gezonder milieu. Het traject stopt hier niet – samen hebben we de basis gelegd voor een beweging die hopelijk zal blijven groeien, evolueren en inspireren.

Om deze gedeelde missie verder te ondersteunen, hebben we een Toolkit voor Changemakers ontwikkeld als aanvulling op dit Handboek. Deze toolkit is ontworpen om mensen die detailhandelaars bijstaan, de nodige tools aan te reiken, of je nu werkt bij een overheidsorganisatie, een retailorganisatie of een lokaal duurzaamheidsinitiatief. Het biedt praktische tools en kaders om je te helpen samen te werken, innovatieve oplossingen te bedenken en blijvende impact te genereren.

We beschouwen deze toolkit als een brug tussen strategie en actie – een hulpmiddel om de ambities en ideeën in dit handboek om te zetten in tastbare, transformatieve stappen. Door middel van workshops, gesprekken en gezamenlijke projecten kunnen changemakers de tools gebruiken om retailbedrijven te ondersteunen bij hun unieke duurzaamheidstraject.

Laten we blijven samenwerken om bloeiende, duurzame bedrijven en gemeenschappen te creëren.

Samen kunnen we van retail de motor voor positieve verandering maken.
Met dank voor je medewerking,

Het Duurzame Retail-team
De Republiek, Drivhuset, Spinderihallerne en DDC – Deens Design Centrum

Interreg
North Sea

Co-funded by
the European Union

GREEN

DE REPUBLIEK

VEJLE KOMMUNE

DRIVHUSET

Dansk Design Center