

MediaMarkt maakt met BetterWay duurzaamheid onderdeel bedrijfsstrategie

Brussel, 5 april 2022 - De grootste elektronica retailer van Europa wil bijdragen aan een duurzamere wereld en introduceert daarvoor het BetterWay logo. Dit logo komt op producten die wat betreft het productieproces, gebruik en end-of-life voldoen aan de strenge eisen die onafhankelijke instituten daaraan verbinden.

Jaarlijks komen in België miljoenen klanten bij MediaMarkt voor het kopen van hun elektronische apparaten, zowel in één van de 23 winkels of in de online shop. “Voor een toenemend aantal klanten is duurzaamheid een belangrijk keuzecriterium bij de aanschaf van producten. Wij willen hen met het BetterWay logo bij die keuze helpen”, aldus Seppe Eloot, Head of Sustainability BeNeLux. Hij benadrukt daarbij dat voordat een product het BetterWay logo krijgt, het getoetst wordt aan de strenge duurzaamheidscriteria die zijn opgesteld door gerenommeerde en onafhankelijke testinstituten, zoals onder meer de Duitse instituten Blauer Engel en EcoTopTen en het internationale EPEAT. De duurzaamheidscriteria hebben onder meer betrekking op maatschappelijk verantwoorde productie, gebruikte materialen, energieverbruik en recyclebaarheid. “Het is daarmee niet weer het zoveelste duurzaamheidslogo. Want MediaMarkt haalt er geen enkel marketing- of verkoopvoordeel uit en dat maakt onze inzet en weg naar een duurzame wereld zo interessant”, benadrukt Eloot. “Het is voor ons een strategische keuze met grote implicaties voor aan de ene kant onze eigen bedrijfsvoering, productaanbod en diensten. Aan de andere kant verplichten we ons ook consumenten te helpen bij het verduurzamen van hun eigen leven.”

Duurzame bedrijfsvoering

Verduurzamen is bij MediaMarkt een proces, zo worden stap voor stap de bedrijfsprocessen vergroend. “Inmiddels wordt meer dan 80% van de gebruikte elektriciteit duurzaam opgewekt. We streven naar 100% in 2023. Daarnaast zijn 97% van de productielocaties van onze eigen merken getoetst op mensenrechten en werkomstandigheden.” Eloot geeft verder aan dat voor de eigen merken, ISY, OK, KOENIC en PEAQ ook de klimaatimpact van het product wordt berekend gedurende de volledige levenscyclus. “Dit doen we om meer inzicht te krijgen in hoe we het product beter kunnen ontwerpen en gebruiken.”

Consumenten stimuleren duurzamer te leven

Met de duizenden klantcontacten per dag kan MediaMarkt ook bijdragen aan de verduurzaming via de klanten en hen begeleiden bij hun keuze voor duurzame producten en diensten. “Elektr(on)ische apparaten zijn niet meer weg te denken uit ons dagelijks leven en dat zal alleen nog maar verder toenemen. Het is aan ons om de klanten te begeleiden in het maken van duurzame keuzes.” Het is volgens Eloot vooral belangrijk dat de klanten erop kunnen vertrouwen dat een product met het BetterWay logo ook echt staat voor de duurzame keuze binnen die bepaalde productgroep. “BetterWay is een weg naar verduurzaming. Een weg die wij als bedrijf afleggen, samen met onze klanten. De objectieve, externe beoordeling garandeert dat we de juiste weg blijven volgen.”

Gestaag groeiend aanbod BetterWay producten

Op dit moment is het aantal producten met een BetterWay logo relatief beperkt, maar dat zal gestaag gaan groeien. “Het duurt wat langer voordat een product zich kwalificeert, maar dan staan niet alleen wij, maar ook de experts van de instituten achter het product,” aldus Eloot. In de toekomst hoopt Eloot ook in samenwerking met de leveranciers nog meer BetterWay producten in het BetterWay gamma te kunnen opnemen. “Ook leveranciers zien gelukkig steeds vaker dat het verduurzamen van hun producten belangrijk is. Daardoor zullen in de toekomst meer producten zich kwalificeren voor het logo.”



Janick De Saedeleer

✉ desaedeleer@media-saturn.com ☎ 0496 99 29 86