



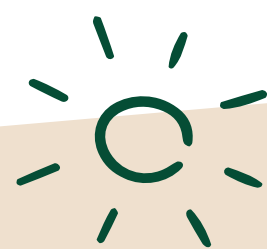
samen.
vooruit

MVO-jaarverslag 2025

MVO. Dat doen wij zo.

wibra

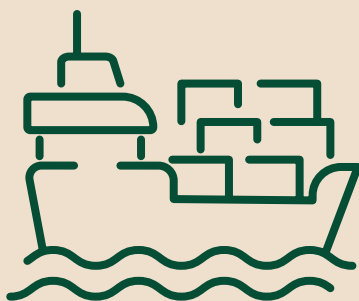
Inhoud



Voorwoord	3
In één oogopslag: 2025 in beeld	4
Welkom bij Wibra	5
Wibra in cijfers	6
Een merk met een verhaal	7

MVO binnen Wibra Strategie & governance

MVO binnen Wibra	9
Missie en ambitie <i>de 3 pijlers</i>	10
Meet the team	11
Stakeholders	12
Materiële thema's	14
CSRD	15
<i>Mobiliteit</i>	
<i>Logistiek</i>	
<i>Facilitair</i>	
<i>Recyclecentrum</i>	



Pijler 1 Samenwerken aan eerlijke en veilige productie

Productielanden 2025	20
Amfori BSCI	21
Risico analyse en Due Diligence	22
Onboarding leveranciers	26
Resultaten tex.tracer	27
Aan het woord: Jolanda Kooi, tex.tracer	28



Pijler 2 Samenwerken aan veilige en duurzame producten

Ontwerpen en produceren	32
Better Cotton Initiative	35
GRS / RCS	36
Aan het woord: Marilina, Control Union	38
Plastic	39
Papier en hout	39
EUDR	40
Aan het woord: Stan en Stella, FSC® Nederland	42
ESPR / Digitaal Productpaspoort	44
Verpakkingen / PPWR	46
Kwaliteit	47
Dragen en verzorgen	49



Pijler 3 Samenwerken aan de toekomst

Hergebruiken en recycleren	51
UPV	51
Sympany	52
Vodde	53
Aan het woord: Patrick Welp, Vodde	54
Wibra Academy	55
Toegankelijkheid	56
Aan het woord: Rob Verberne, R'obuit	58
Nawoord	59



Voorwoord

Bij Wibra geloven we dat alle huishoudens moeten kunnen meedoen. Dat is al bijna zeventig jaar de basis van ons bedrijf. Vanuit die overtuiging willen we producten aanbieden die praktisch, toegankelijk en betaalbaar zijn voor iedereen. Vandaag én morgen. Die verantwoordelijkheid gaat verder dan prijs alleen. Klanten verwachten steeds vaker dat producten niet alleen betaalbaar zijn, maar ook op een verantwoorde manier worden gemaakt. Wij geloven dat die twee prima samen kunnen gaan. Met Samen Vooruit geven we daar richting aan.

2025 stond voor ons in het teken van vooruitgaan. Niet door grootse beloftes te doen, maar door duurzaamheid steeds meer onderdeel te maken van hoe we werken en ondernemen. We blijven investeren in een sterkere keten, betere inzichten en toegankelijke winkels. Ook blijven we kijken hoe we onze impact kunnen verkleinen zonder concessies te doen aan betaalbaarheid.

Ik ben er trots op dat we daarbij kiezen voor een nuchtere en eerlijke aanpak. Soms betekent dat ook dat je kritisch moet zijn op jezelf en keuzes moet maken die misschien minder zichtbaar zijn, maar wel beter passen bij waar je als bedrijf voor wilt staan.

Nieuwe wetgeving en veranderende verwachtingen in de markt zien wij niet als een rem, maar als een kans om verder te professionaliseren en toekomstbestendig te blijven. Want juist omdat we dicht bij huishoudens staan, vinden we het belangrijk om verantwoordelijkheid te nemen voor de impact die we hebben.

Wat mij vooral trots maakt, zijn de mensen achter Wibra. Collega's die iedere dag werken aan onze winkels, onze producten en onze klanten. Dankzij hun inzet kunnen we blijven bouwen aan een organisatie die niet alleen groeit, maar ook vooruit blijft kijken. Ook in 2026 blijven we stap voor stap investeren in een betaalbaar én verantwoord huishouden. Want alleen zo blijven we relevant voor de huishoudens van vandaag en morgen.

Bas Duijsens CEO Wibra

'We blijven investeren in een sterkere keten, betere inzichten en toegankelijke winkels'



2025 in beeld: een jaar vol beweging



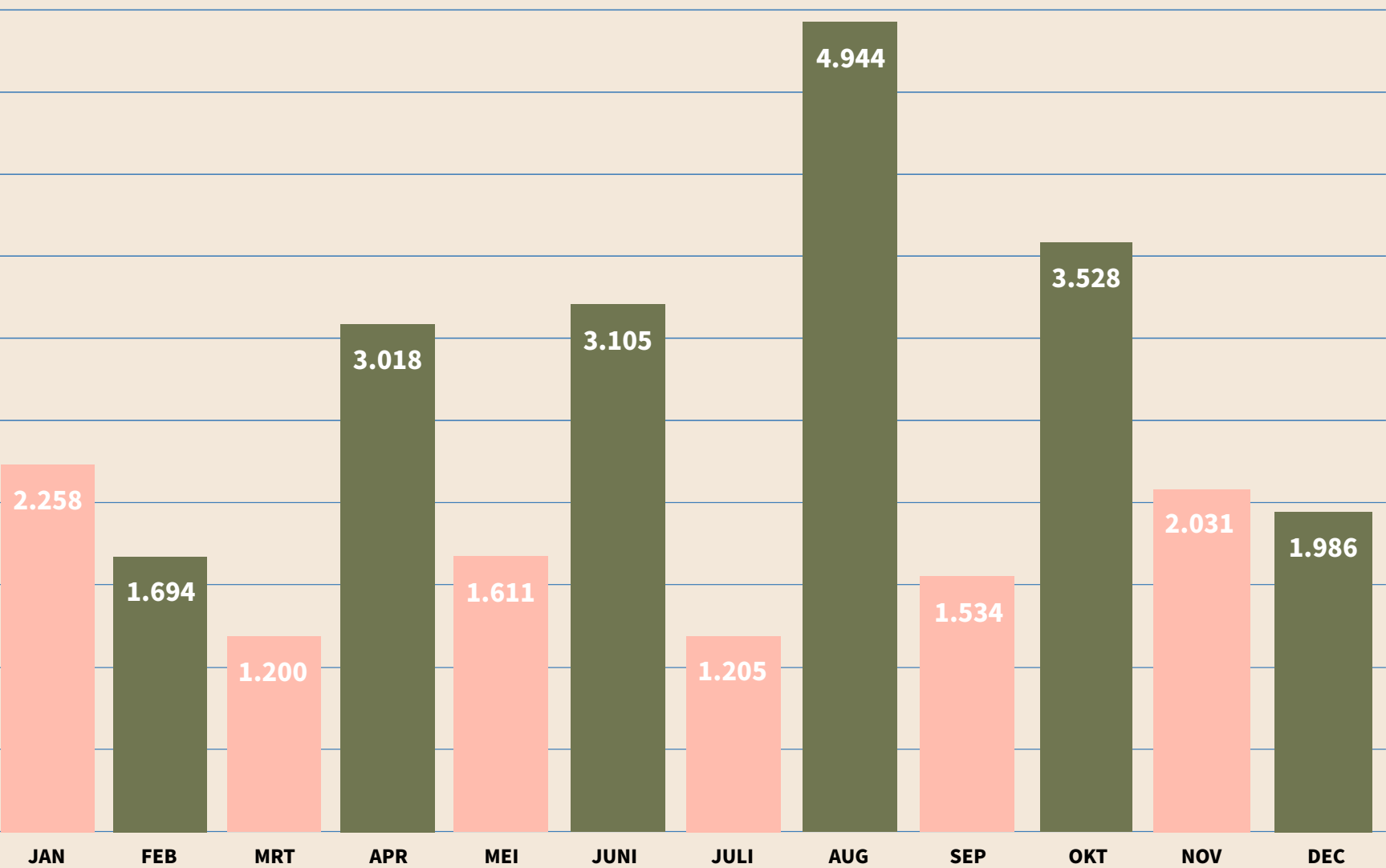
GRS-gecertificeerd

In september 2025 zijn wij GRS- en RCS-gecertificeerd. We hebben de audit met nul non-conformiteiten behaald.



Samenwerking met Sympany

Maandoverzicht ingezameld textiel in 2025 (kg)



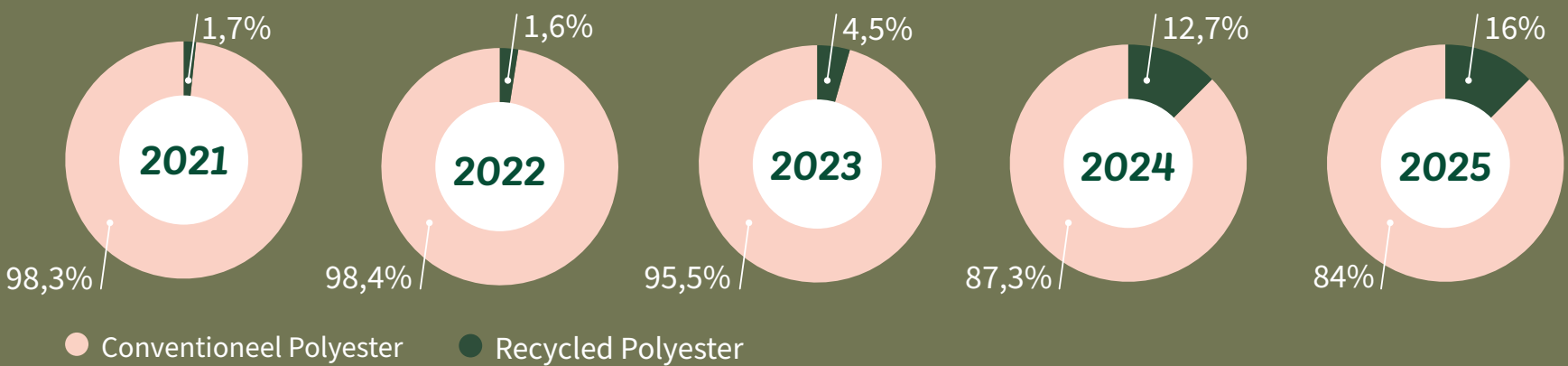
Samenwerking met tex.tracer

Inzicht in herkomst en productie. Van inkooppartners tot leveranciers



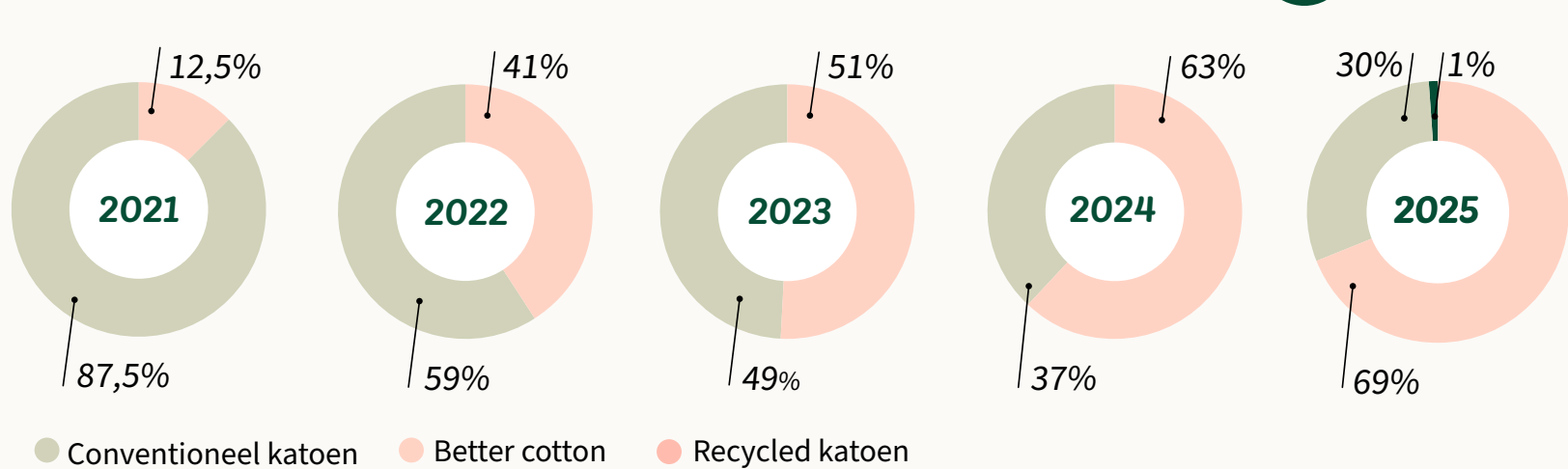
Gebruik gerecycled polyester

onze cijfers over gerecycled polyester



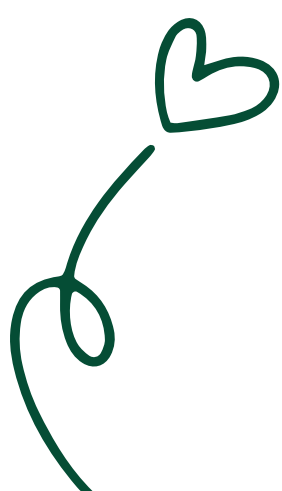
Gebruik duurzamer katoen

onze cijfers over Better Cotton Initiative



Welkom bij Wibra

Stap voor stap groeien we verder, met oog voor morgen: met steeds toegankelijke winkels en goede kwaliteitsproducten voor een betaalbare prijs.



Samen vooruit,
met oog voor betaalbaarheid



Gestart met onze eerste winkel in Epe in 1956



Assortiment voor de **manager van het huishouden**



Meer dan **2.700** collega's



Meer dan **350 winkels**



In 2025 openen we **63 winkels**

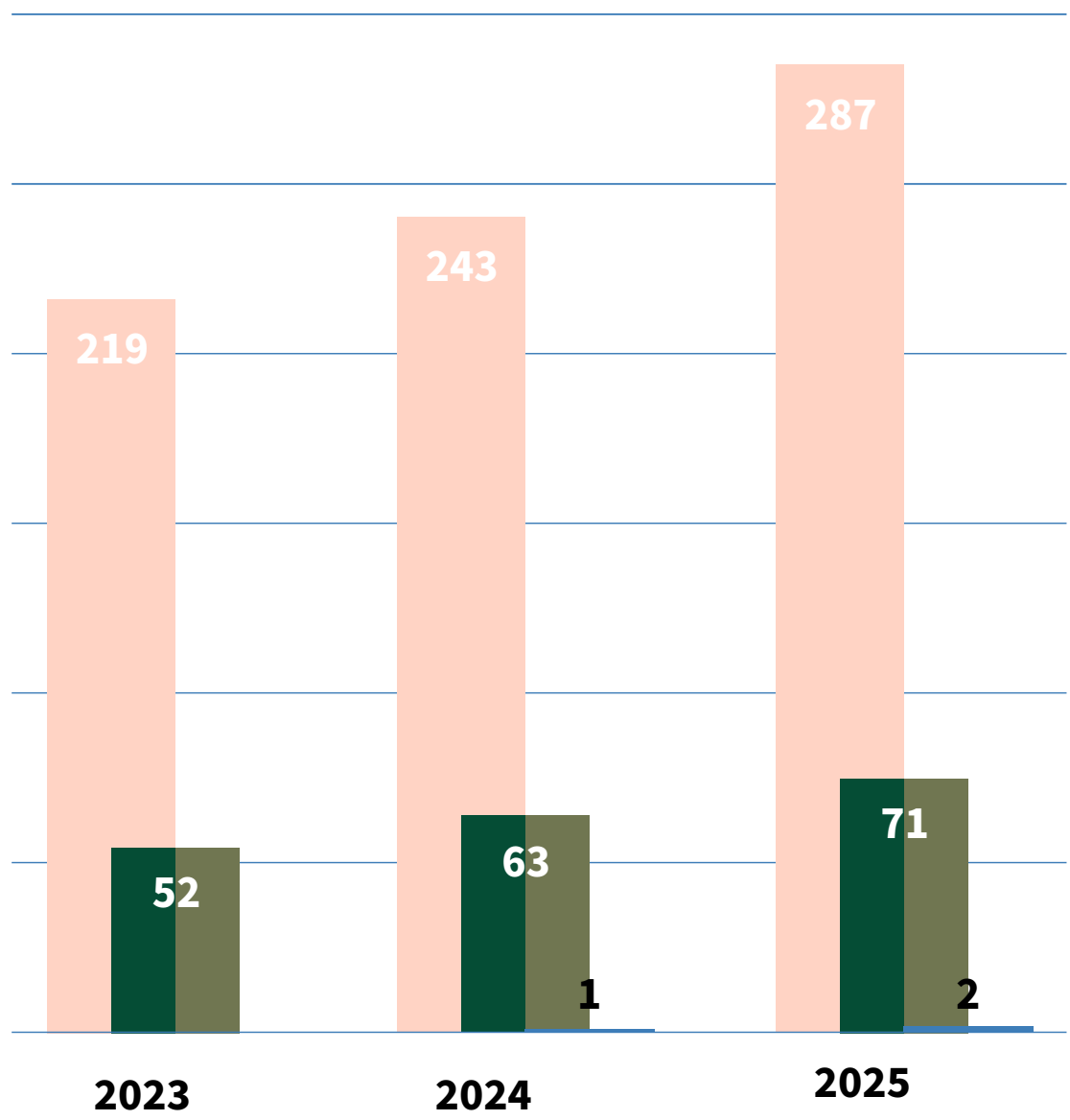


Actief in Nederland, België & Frankrijk



Wibra in cijfers

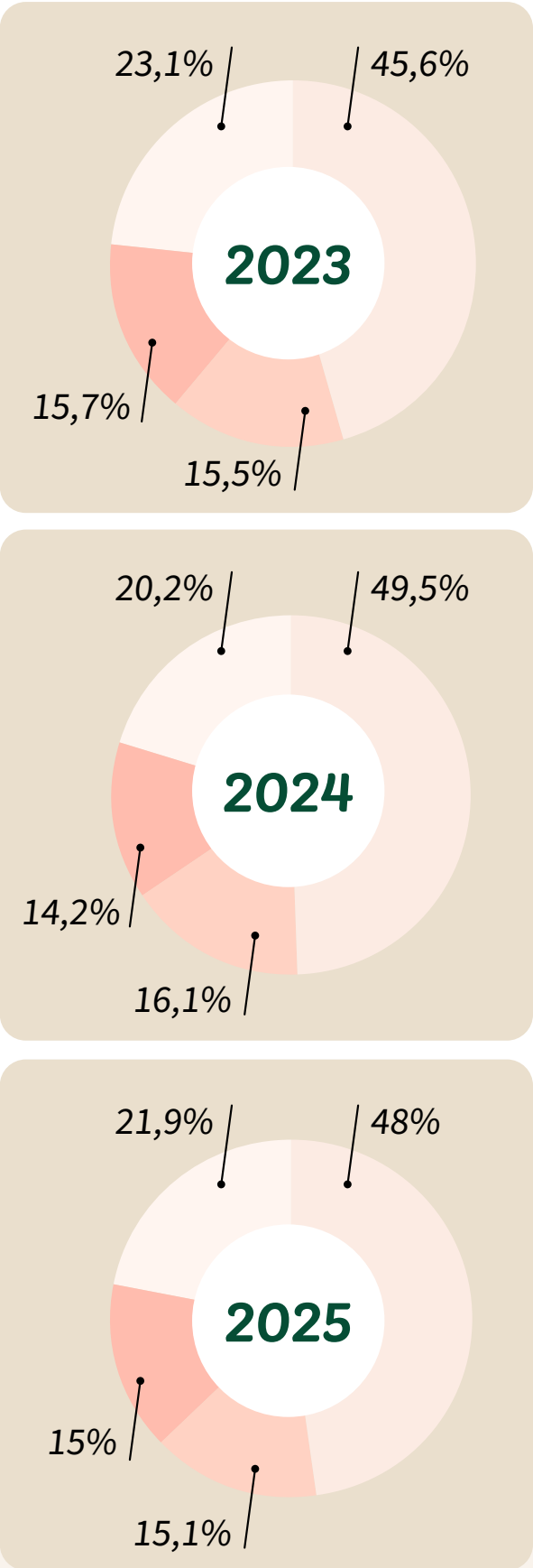
Groei van het aantal winkels in Nederland, België en Frankrijk



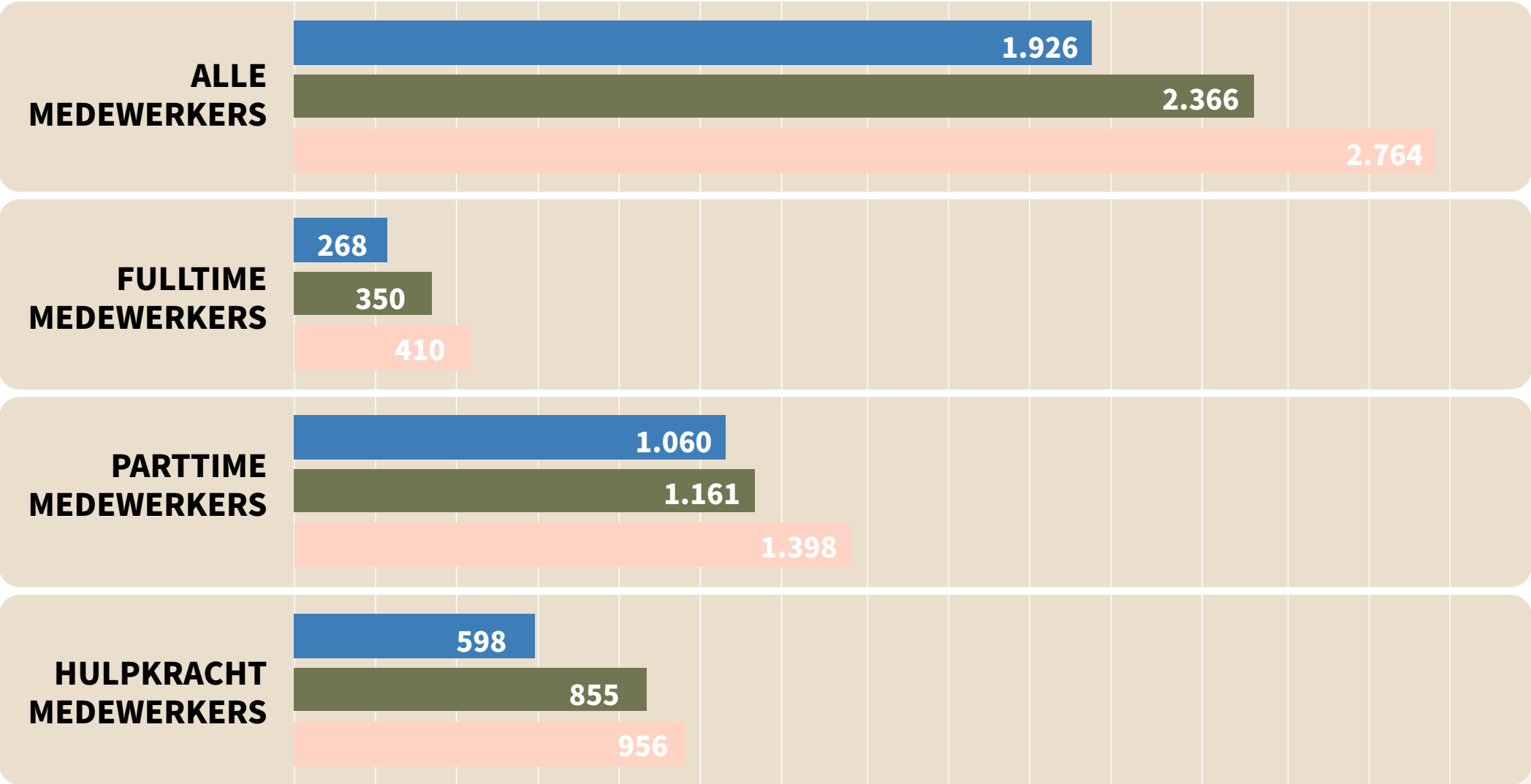
In 2025 bouwden we verder aan Wibra



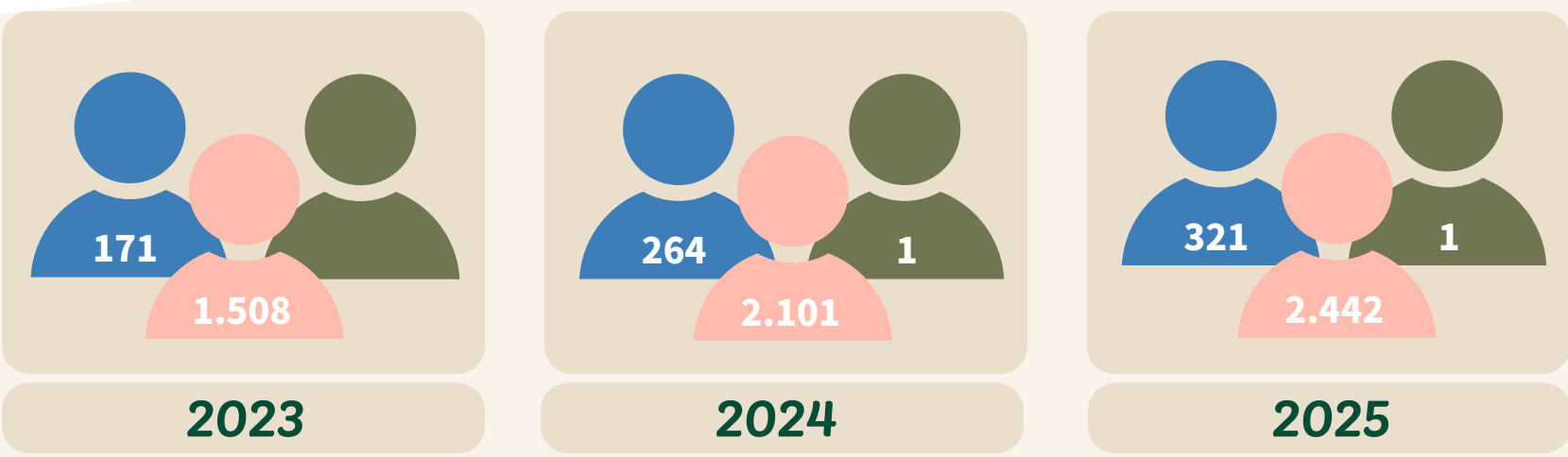
Leeftijd



Ontwikkelingen in aantal medewerkers



Genderverdeling



Samen vooruit, voor elk huishouden

Al bijna 70 jaar is Wibra er voor huishoudens. Sinds onze start in 1956 helpen we klanten om meer te doen met minder. Met producten van goede kwaliteit voor een betaalbare prijs.

Die gedachte zit al sinds het begin in ons bedrijf. Oprichter Jo Wierdsma woonde met zijn vrouw en 11 kinderen boven het eerste Wibra-winkeltje in Epe. Vanuit zijn eigen ervaring wist hij hoe belangrijk betaalbaarheid is voor huishoudens. Dat gaf richting aan wat Wibra moest zijn: een winkel die mensen écht helpt.

Nog steeds geloven we dat ieder huishouden mee moet kunnen doen. Dat er ruimte moet zijn voor de dagelijkse boodschappen, schone kleding, een fijn thuis en de kleine momenten die het leven nét wat leuker maken. Ongeacht de grootte van de portemonnee.

Samen met partners die dat begrijpen, bouwen we verder aan Wibra.



Oprichter Jo Wierdsma en de eerste Wibra winkel in Epe.



Zo doen we dat

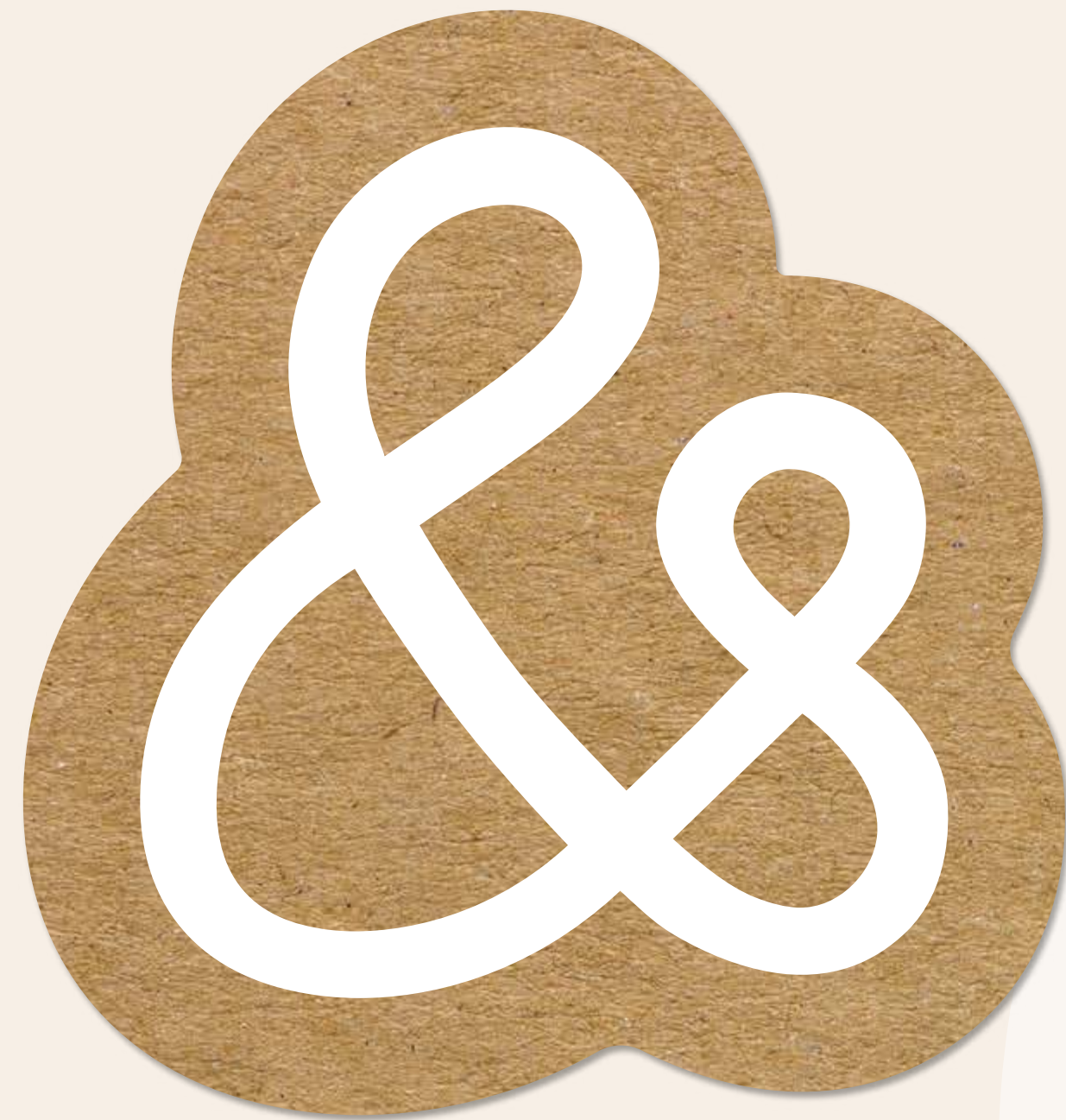
Bij Wibra draait alles om wat huishoudens écht nodig hebben. We zoeken elke dag naar slimme en betaalbare oplossingen die het leven makkelijker maken. Dat doen we op een no-nonsense manier: eerlijk, duidelijk en zonder poespas. Door slim in te kopen en bewust keuzes te maken, halen klanten meer uit hun budget.

Onze behulpzame aanpak zie je terug in alles wat we doen. In ons assortiment met praktische en verrassende producten, maar ook in onze winkels. Daar staan collega's klaar om klanten te helpen.

Dat is vandaag belangrijker dan ooit. Huishoudens letten bewuster op hun uitgaven, terwijl het dagelijks leven duurder wordt. Juist daarom willen wij blijven doen waar we al bijna 70 jaar voor staan: goede producten bereikbaar houden voor ieder huishouden. Nu én in de toekomst.

Dat noemen we:





MVO binnen Wibra

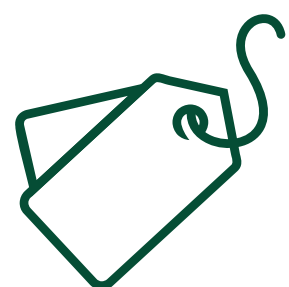


Strategie & governance

MVO binnen Wibra

Samen Vooruit

Bij Wibra willen we blijven doen waar we goed in zijn: mooie, veilige producten betaalbaar en toegankelijk maken voor iedereen. Gemaakt met zorg en aandacht voor mens en milieu.



Het gaat niet alleen om wat we verkopen, maar net zo goed om hoe het gemaakt wordt. We maken bewustere keuzes in materialen, zetten in op eerlijke productie en ondernemen op een verantwoorde manier. Dat alles zonder in te leveren op prijs of bereikbaarheid, want Wibra moet toegankelijk blijven, voor álle huishoudens.



We geloven dat elke stap telt. Daarom gaan we voor haalbare verbeteringen die echt werken. Soms groot, vaak klein. Zolang ze maar bijdragen aan onze ambitie om Wibra socialer en duurzamer te maken.

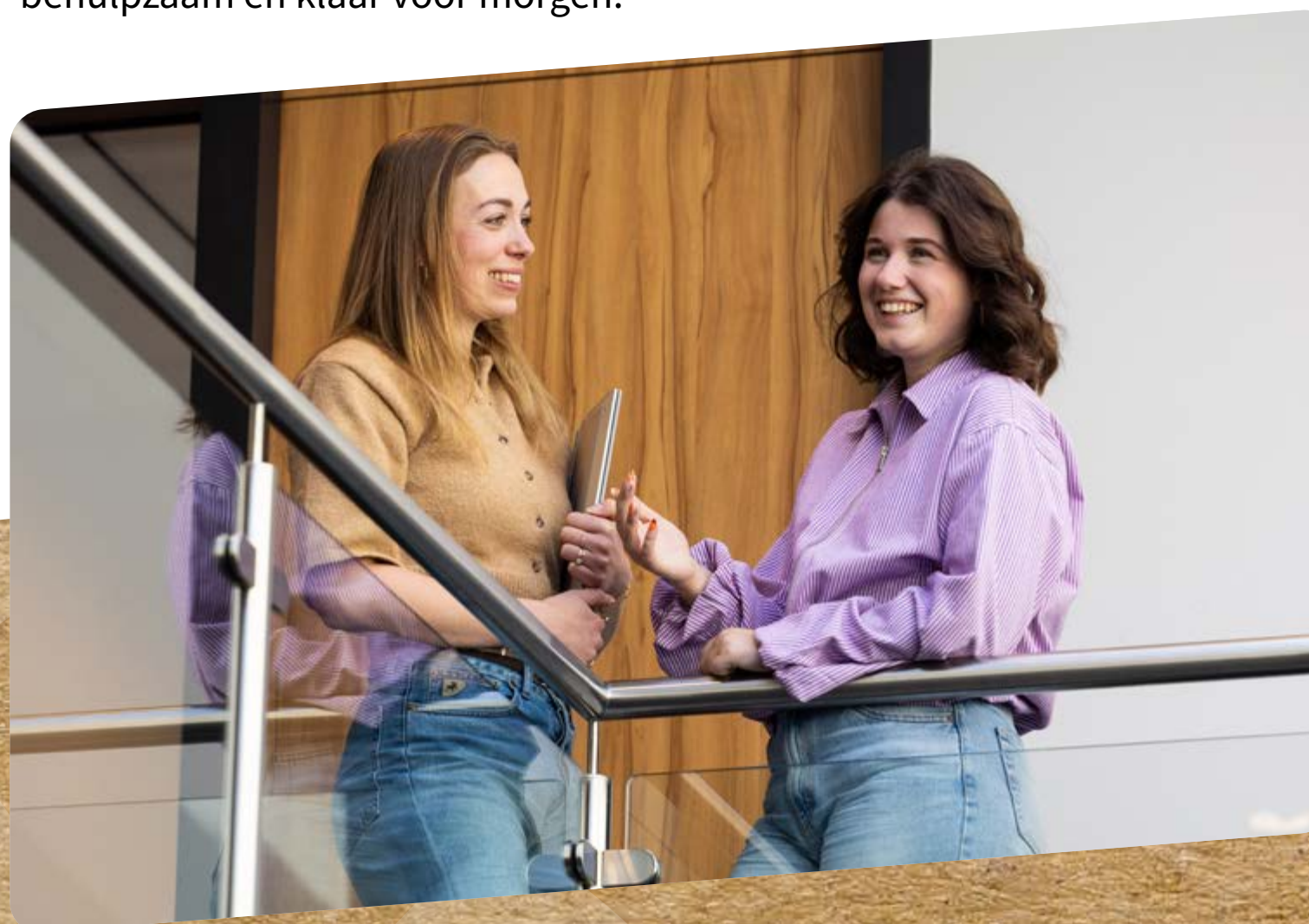
**We geloven dat
elke stap telt**



Die aanpak noemen we niet voor niets Samen Vooruit. Want alleen samen met collega's, leveranciers en klanten komen we verder. Richting een toekomst waarin we als winkelketen toegankelijk blijven én verantwoordelijkheid blijven nemen.



Richting 2030 blijven we stap voor stap vooruitgaan. Met duidelijke doelen, meetbare voortgang en oog voor wat werkt. Zo blijft Wibra in beweging. Positief, behulpzaam en klaar voor morgen.



Met het oog op 2050 heeft de Europese Unie ambitieuze klimaat- en milieudoelen vastgesteld. Het einddoel is een klimaatneutrale economie, zoals vastgelegd in de Europese Green Deal. Om dit te bereiken, is een omvangrijk pakket aan wet- en regelgeving ontwikkeld, waarvan een groot deel al vóór 2030 van kracht wordt.

Het jaar 2030 geldt als een belangrijk tussenmoment. Tegen die tijd wil de EU de uitstoot van broeikasgassen met minimaal 55% verminderen ten opzichte van 1990. Ook moet het aandeel hernieuwbare energie stijgen naar minstens 42,5%, met een streefdoel van 45%.

Daarnaast zet de EU sterk in op een circulaire economie en het tegengaan van biodiversiteitsverlies, onder meer via wetgeving zoals de CSRD, EUDR, ESPR en PPWR. Deze worden in de volgende infoblokken verder toegelicht.

Missie en ambitie

Onze missie en ambitie komen samen in drie duidelijke pijlers. Ze vormen de basis van ons MVO-beleid en helpen ons richting te geven aan de stappen die we zetten. Nu én in de komende jaren.



Pijler 1

Samenwerken aan eerlijke en veilige productie

We willen dat onze producten eerlijk en veilig worden gemaakt. Daarom kiezen we voor partners die werken volgens internationale afspraken over arbeidsrechten en werkomstandigheden. En we maken onze keten steeds inzichtelijker.



Pijler 2

Samenwerken aan veilige en duurzame producten

Onze producten moeten niet alleen betaalbaar zijn, maar ook veilig en steeds duurzamer. We letten op de materialen die we gebruiken, verbeteren de veiligheid van producten en zorgen waar het kan voor een langere levensduur.



Pijler 3

Samenwerken aan de toekomst

We denken verder dan vandaag. Door te investeren in kennis, samenwerking en slimme verbeteringen. Zoals projecten voor minder afval, energiebesparing en betrokkenheid.

Team MVO & Kwaliteit

Achter alle stappen die we zetten op het gebied van duurzaamheid en productkwaliteit staat een enthousiast, betrokken team. Vanuit het MVO- en kwaliteitsteam werken we samen met collega's door de hele organisatie, van inkoop tot directie, en met partners en leveranciers in onze keten.

Het team valt onder de Director Procurement, Merchandise Planning, CSR & Quality, Jeroen Markink. Samen zorgen we ervoor dat MVO en kwaliteit een vaste plek hebben binnen Wibra. Voor ons is het geen tijdelijk project, maar onderdeel van de dagelijkse praktijk.

MVO team:

- | Hayley d'Hollosy, MVO-manager / Teamleider MVO & Kwaliteit
- | Serena Vakkert, Kwaliteitsmanager
- | Laura Dijkhoff, MVO-medewerker (environment non-textiel)
- | Naomi Lensen, MVO-medewerker (environment kleding & textiel)
- | Charlotte Timmermans, MVO-medewerker (social)
- | Julie Wassink, kwaliteitsmedewerker
- | Masha Afshani, MVO-medewerker



Stakeholders

Samenwerking zit in het DNA van onze MVO-beleid, *Samen Vooruit*.
We bereiken meer door samen op te trekken met de partijen om ons heen.

Concreet betekent dat samenwerken met:

- Leveranciers
aan betere arbeidsomstandigheden,
materiaalkeuzes en veilige producten;
- Medewerkers
via training en bewustwording;
- Externe partners
zoals Amfori, Sympany, tex.tracer, Better
Cotton en International Accord;
- Brancheorganisaties
zoals Modint en INretail, om samen de lat
hoger te leggen

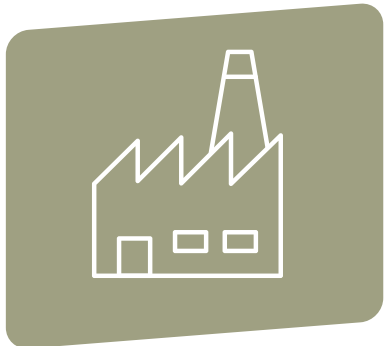
Binnen ons MVO-beleid onderscheiden we de volgende stakeholders:



Klanten



Medewerkers



Leveranciers



Agenten en
importeurs



NGO's en
vakbonden



Branche-
organisaties





Onze klanten

Bij alles wat we doen staan onze klanten centraal. Zij verwachten steeds meer op het gebied van duurzaamheid, veiligheid en eerlijkheid. En terecht. Ze willen weten dat de producten die ze kopen gemaakt zijn met oog voor het milieu en onder verantwoorde omstandigheden.

Tegelijkertijd is betaalbaarheid voor hen minstens zo belangrijk. Klanten verwachten van Wibra dat het huishouden betaalbaar blijft. Daarom zoeken we continu naar de juiste balans tussen verantwoord produceren en prijzen die voor iedereen toegankelijk zijn.

Medewerkers

Onze medewerkers vormen het hart van Wibra. Met inmiddels meer dan 2.700 collega's zetten we samen de schouders eronder om onze groeiambities te realiseren. In 2025 openen we veel nieuwe winkels, waar we dagelijks klanten verwelkomen en het verschil maken. Daarom blijven we investeren in groei, ontwikkeling en duurzame inzetbaarheid. Zodat we een aantrekkelijke werkgever zijn én blijven.

Korte lijnen vinden we belangrijk. We zetten verschillende interne communicatiemiddelen in om collega's op de hoogte houden. Denk aan ons personeelsmagazine, onze interne communicatietool WiCom, MVO-updates en bijeenkomsten. Er is een actieve ondernemingsraad en de directie gaat regelmatig in gesprek met winkelteams. Zo horen we wat er speelt en waar het beter kan.

Leveranciers, agenten en importeurs

Onze producten kopen we in in diverse landen, deels rechtstreeks bij leveranciers en deels via importeurs. We kiezen bewust voor langdurige samenwerkingen. Dat stelt ons in staat om samen te blijven werken aan onze MVO-doelen en tegelijkertijd scherpe prijzen te hanteren in onze winkels.

In landen als China, Bangladesh, India, Pakistan en Turkije werken we met lokale agenten of importeurs. Zij kennen de markt, bezoeken producenten, voeren kwaliteitscontroles uit en zien toe op naleving van lokale wet- en regelgeving.

Op het gebied van MVO vervullen zij een belangrijke functie. Via hen houden we contact met leveranciers en kunnen we gericht bijsturen. Dat doen we bijvoorbeeld via mail, telefonisch overleg of (online) meetings.



Daarnaast gaat de afdeling Inkoop twee keer per jaar op inkoopreis naar het Verre Oosten. Vooraf worden zij gebriefd door het MVO- en kwaliteitsteam. Tijdens deze reizen sluit de CSR-manager aan om leveranciers ter plaatse verder te informeren over onze ambities en verwachtingen op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen.

Aanvullend voert onze agent in Bangladesh eigen audits uit bij productielocaties, zowel aangekondigd als onaangekondigd. Deze vormen een aanvulling op de externe audits die wij al laten uitvoeren.

NGO's, vakbonden en brancheorganisaties

We trekken graag samen op met brancheorganisaties, niet-gouvernementele organisaties (NGO's) en vakbonden. Hun specialistische kennis helpt ons om ons te blijven ontwikkelen. Als relatief kleine partij is samenwerking voor ons extra belangrijk: samen kun je meer bereiken dan alleen. Samen kunnen we problemen aanpakken en verbeteringen doorvoeren in onze keten.

Materiële thema's

In 2024 hebben we organisatiebreed, als onderdeel van de CSRD-voorbereidingen, formele materiële thema's vastgesteld. Het gaat om de onderwerpen waar we zelf invloed op hebben én die voor onze stakeholders van belang zijn. Ze zijn bepaald aan de hand van ketenanalyses, gesprekken met stakeholders en interne inzichten.

Ketentransparantie	Circulaire businessmodellen
Gezondheid & veiligheid	Milieu-impact
Dwangarbeid & kinderarbeid	Chemicaliëngebruik
Mensenrechten & arbeidsvoorwaarden	Verminderen CO2 -uitstoot
Eerlijk zakendoen (of eerlijke inkooppraktijken)	Discriminatie & gender (of inclusie & diversiteit)
Leefbaar loon	Water & landgebruik
Vrijheid van vakvereniging	Energiegebruik
Werkuren	Lokale-bevolking keten
Productveiligheid & kwaliteit	Biodiversiteit
Duurzamere materialen	Duurzaam design
	Dierenwelzijn



Toelichting materiele thema's

Ketentransparantie

We willen precies weten waar onze producten vandaan komen, van grondstof tot eindproduct.

Gezondheid & veiligheid

Iedereen heeft recht op een veilige, gezonde werkplek. Onze medewerkers moeten zich goed en beschermd voelen.

Dwangarbeid & kinderarbeid

Werken doe je vrijwillig. En de wettelijke minimumleeftijd moet strikt worden nageleefd.

Mensenrechten & arbeidsvoorwaarden

Iedereen verdient een eerlijke behandeling en goede werkomstandigheden. In elke stap van de keten.

Eerlijk inkoopbeleid

We kiezen niet alleen voor de beste prijs, maar ook voor leveranciers die verantwoord produceren.

Leefbaar loon

Wie werkt, moet van het loon kunnen leven. Ook in onze productieketens.

Vrijheid van vakvereniging

We vinden het belangrijk dat mensen zich kunnen uitspreken en zich vrij mogen organiseren.

Werkuren

Werken is prima, maar niet té veel en niet ten koste van je gezondheid.

Productveiligheid & kwaliteit

Onze producten moeten goed én veilig zijn. Daar mag je op vertrouwen.

Duurzamere materialen

We kiezen steeds vaker voor materialen die minder belastend zijn voor het milieu.

Circulaire businessmodellen

We zoeken naar slimme manieren om producten langer te gebruiken. Door hergebruik, reparatie of recycling.

European Union Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)

Voortgang CSRD, ook bij uitstel blijven we bouwen

In 2025 heeft de Europese Commissie aangekondigd dat delen van de CSRD worden uitgesteld en vereenvoudigd. Voor Wibra maakt dat niet uit. We gaan gewoon door. De voorbereidingen van de afgelopen jaren leveren ons waardevolle inzichten op over onze organisatie, onze keten en ons assortiment. Daar willen we niet mee stoppen.

In 2025 bouwden we verder op het fundament dat in 2024 is gelegd. We verdiepten onze data, brachten onze impact in de keten beter in beeld en werkten aan een stevigere rapportagestructuur.

Voor ons is de CSRD waardevol. Het helpt ons begrijpen waar onze grootste impact zit, van materiaalgebruik en productie tot energieverbruik en transport. Het helpt ons ook om betere keuzes te maken en daar open over te zijn.

CSRD helpt ons om betere keuzes te maken en daar open over te zijn



Mobiliteit

Ook op het gebied van mobiliteit zetten wij stappen om onze impact te verlagen. Ons wagenpark bestaat momenteel uit 57 voertuigen, waaronder 3 poolauto's en 2 voertuigen voor de technische dienst. De overige auto's worden gebruikt door kantoormedewerkers en regiomanagers, die dagelijks onze winkels en locaties ondersteunen.

Hoewel benzineauto's nog het grootste aandeel vormen, werken wij actief aan het terugdringen hiervan. Per 1 januari 2027 kunnen medewerkers bij een nieuwe of vervangende leaseauto uitsluitend nog kiezen voor een volledig elektrische variant.

De verduurzaming van het wagenpark is zichtbaar in de huidige samenstelling:

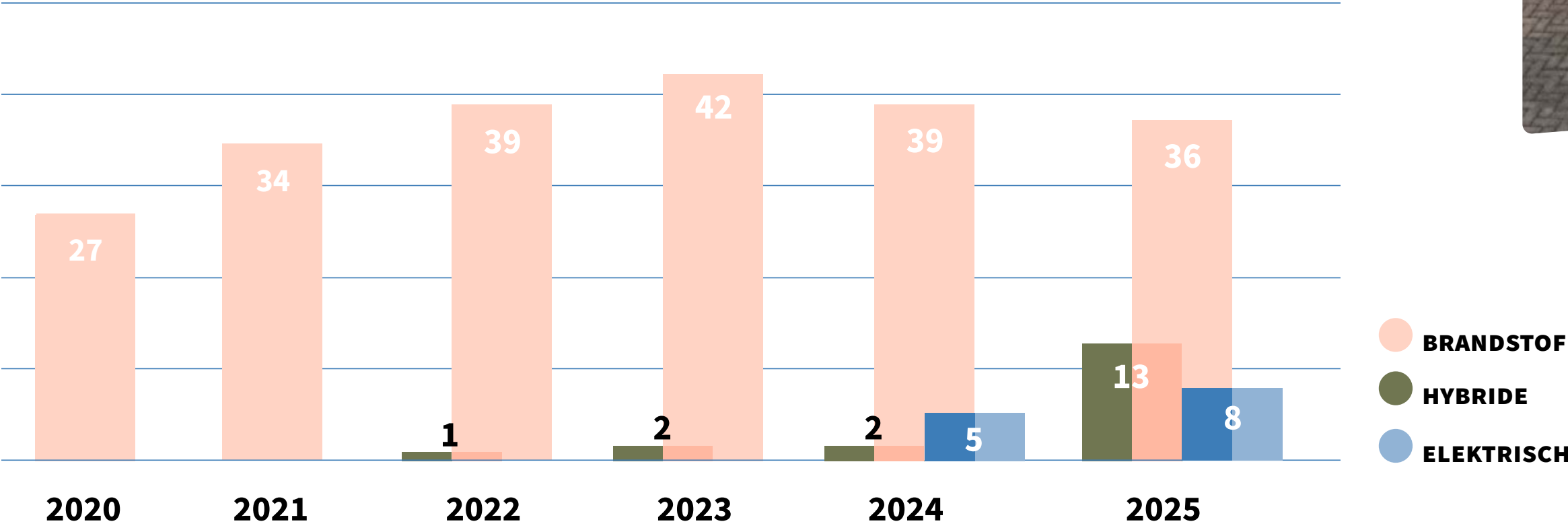
- | 8 volledig elektrische auto's
- | 13 hybride auto's
- | 36 benzineauto's

Ook binnen de logistiek worden stappen gezet. Op 30 januari 2026 is onze eerste elektrische vrachtauto in gebruik genomen. Later in 2026 volgen nog twee elektrische vrachtauto's en een elektrische combi (bakwagen met aanhanger).

Om deze ontwikkeling te ondersteunen, investeren wij in de benodigde infrastructuur. In Apeldoorn zijn op ons eigen terrein vijf laadpalen geplaatst, zodat elektrische vrachtwagens efficiënt en toekomstgericht kunnen laden.



De ontwikkeling van ons wagenpark in de afgelopen jaren



Logistiek

Nieuw distributiecentrum

In 2025 hebben we de voorbereidingen afgerond voor de verhuizing van onze distributieactiviteiten van Epe naar een nieuwer en ruimer distributiecentrum in Apeldoorn. Bij de locatiekeuze is niet alleen gekeken naar ruimte en efficiëntie, maar ook naar ligging. Omdat onze organisatie geworteld is in Epe, hebben we gekozen voor een locatie dichtbij, zodat we onze collega's kunnen behouden.

Naast de beperkte capaciteit van de huidige locatie in Epe is in de voorbereidingen nadrukkelijk gekeken naar een efficiëntere inrichting van de logistieke processen. Door de gefaseerde uitbreidingen in Epe zijn in de loop der jaren complexe loop- en transportroutes ontstaan, met relatief veel bochten en U-vormen. Dit leidt tot langere interne transportafstanden. De nieuwe locatie maakt een logischere indeling met

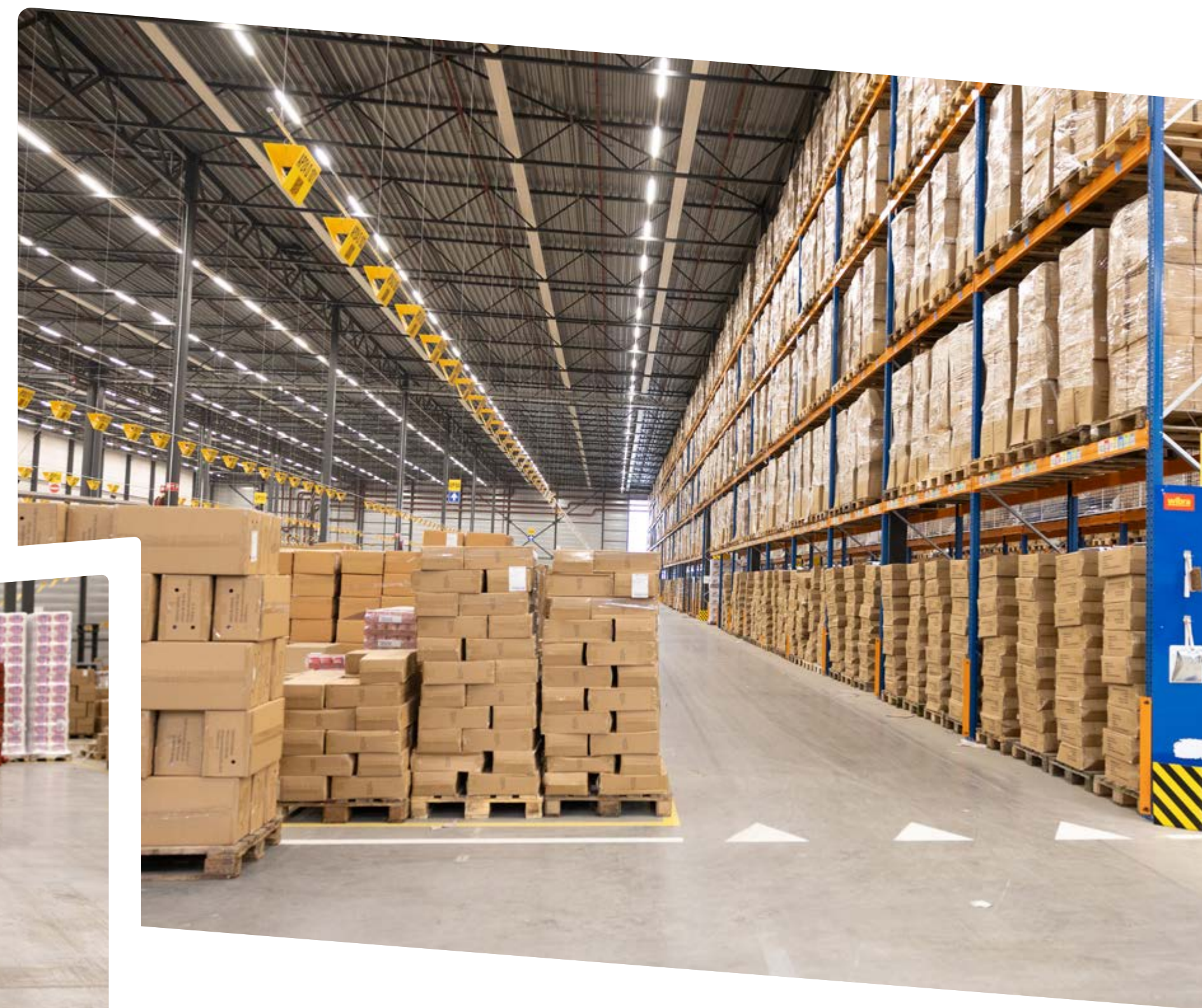
kortere routes mogelijk, waardoor we efficiënter kunnen werken en het aantal interne transportbewegingen verminderen.

Bij de keuze voor het distributiecentrum in Apeldoorn is daarom gestuurd op een overzichtelijke inrichting met meer ruimte en efficiënte logistieke stromen. Daarbij maken we gebruik van een bestaande locatie (huur) in plaats van nieuwbouw.

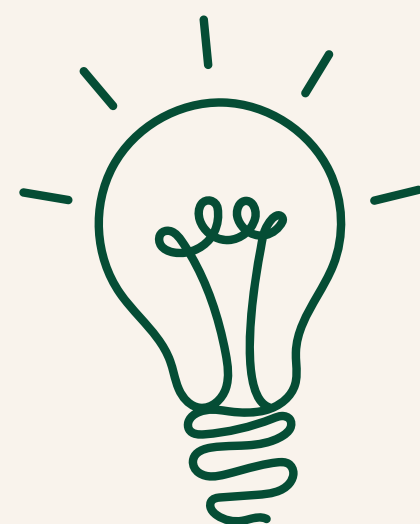
De verhuizing die in februari 2026 plaatsvond, biedt ook ruimte voor duurzamere keuzes in onze logistiek. In 2025 hebben we ons georiënteerd op de inzet van elektrische vrachtwagens. Begin 2026 nemen we onze eerste elektrische truck in gebruik, gevolgd

door nog drie later dat jaar. Dit vormt een eerste concrete stap richting emissievrije distributie en wordt mogelijk gemaakt door de laadfaciliteiten op de nieuwe locatie.

Daarnaast zetten we steeds vaker intermodaal transport in via de bargeterminal in Gorinchem. We combineren dus vervoer over water en weg om duurzamer te transporteren. Zo willen we onze ecologische voetafdruk binnen de logistieke keten verder verkleinen.



Facilitair



Het verminderen van energieverbruik in onze gebouwen is een belangrijk onderdeel van onze duurzaamheidsaanpak. Daarom hebben wij de afgelopen jaren verschillende maatregelen genomen om onze winkels energie-efficiënter te maken.

Zo zijn alle Wibra-winkels inmiddels volledig voorzien van LED-verlichting. Dit resulteert in een aanzienlijk lager energieverbruik en een langere levensduur van de verlichting. Alle nieuwe winkels worden uitgerust met energiezuinige E- en W-installaties, volledig in lijn met de Paris Proof-doelstellingen. Zo bouwen we aan een toekomstbestendige winkelomgeving.

Daarnaast maken naar schatting circa 180 winkels in Nederland gebruik van warmtepompen voor zowel verwarming als koeling. Deze systemen dragen bij aan een efficiënter energiegebruik en verminderen de afhankelijkheid van fossiele energiebronnen.

Recyclecentrum

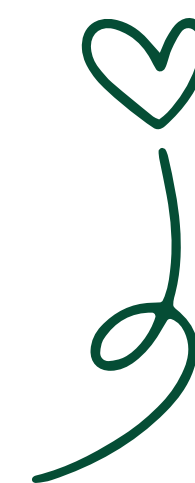
Binnen ons recyclecentrum zijn in het afgelopen jaar aanzienlijke hoeveelheden materiaal verwerkt. Hiermee leveren wij een concrete bijdrage aan het verminderen van afval en het bevorderen van hergebruik van grondstoffen.



In 2025 verwerkt in ons Recycling Centre:

2.730.780 kg
karton en papier

98.880 kg
plastic





Pijler 1

Samenwerken aan eerlijke en veilige productie

Productielanden 2025

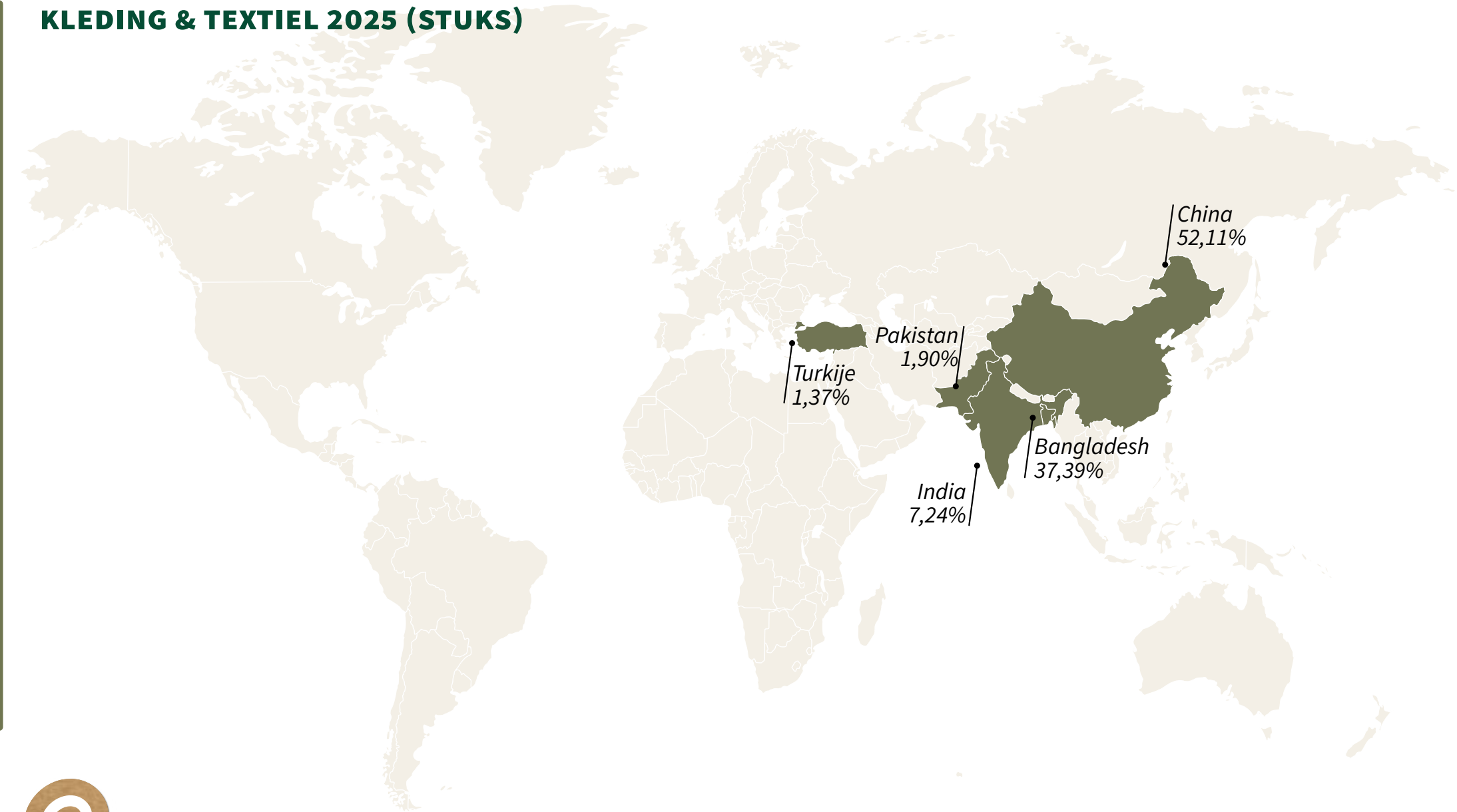
Eerlijke en veilige productie begint bij de keuze voor de juiste partners. We werken samen met leveranciers die zich houden aan internationale normen voor arbeidsrechten en goede werkomstandigheden. Tegelijkertijd vergroten we de transparantie in onze productieketens. Want als we weten waar onze producten vandaan komen, kunnen we risico's op het gebied van mens en milieu herkennen en aanpakken.

Wie meewerkt aan onze producten, verdient goede omstandigheden. Dat is voor ons niet onderhandelbaar. Via onafhankelijke controles, zoals Amfori

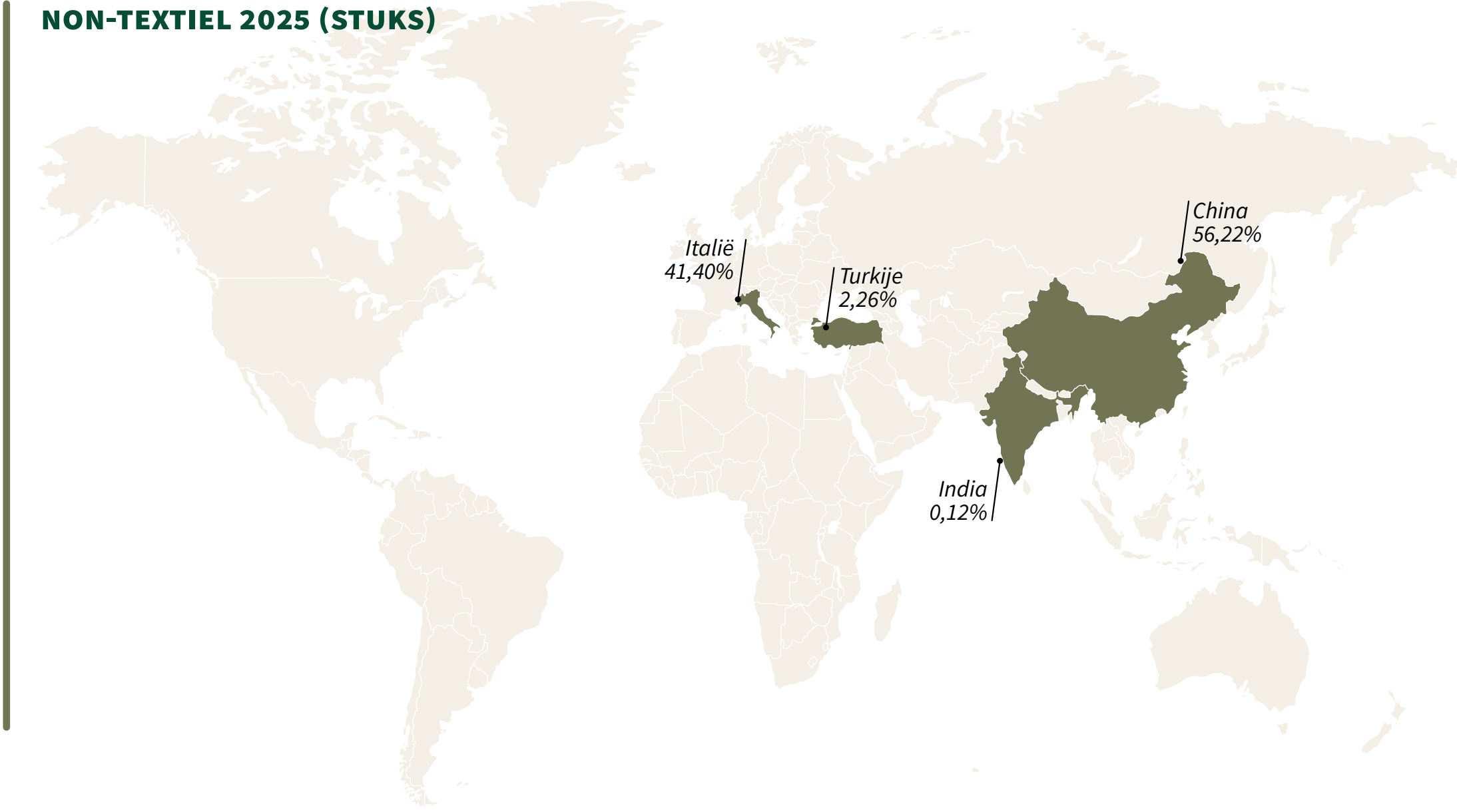
BSCI-audits en het International Accord, houden we zicht op de situatie in fabrieken. En met tex.tracer brengen we onze keten stap voor stap in kaart, van grondstof tot

eindproduct. Die openheid helpt ons om risico's te herkennen en aan te pakken.

KLEDING & TEXTIEL 2025 (STUKS)



NON-TEXTIEL 2025 (STUKS)



Amfori BSCI

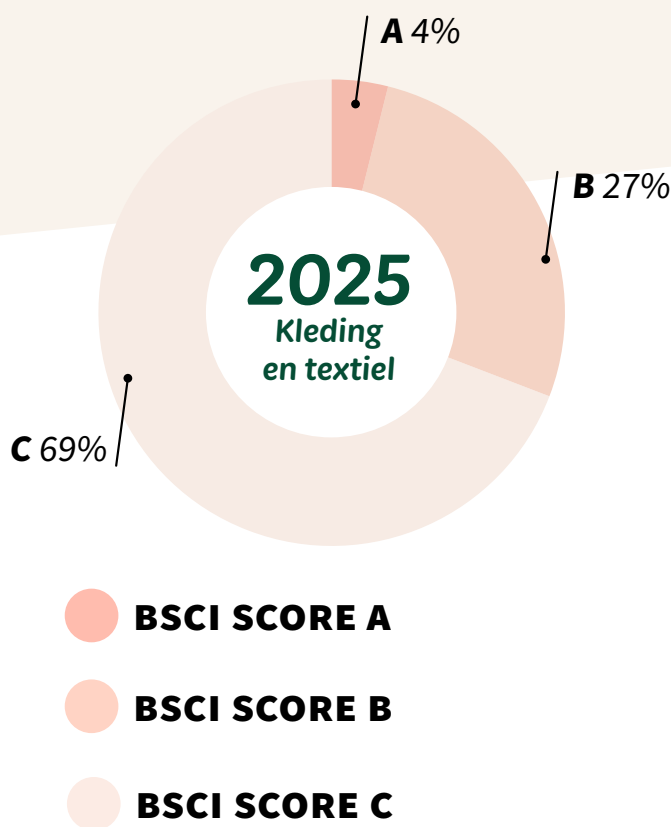
Kleding en textiel

We werken bewust met een vaste groep leveranciers, een zogeheten vast leveranciersbestand. Dat geeft stabiliteit en helpt ons om samen te bouwen aan onze MVO-doelen. In 2025 werkten wij samen met 134 leveranciers.

Het aantal productielanden is dit jaar lager dan vorig jaar. Dit komt doordat wij voorheen ook samenwerkten met landen zoals Indonesië, Tunesië, Portugal en Noord-Macedonië via importeurs. In 2025 hebben wij geen gebruik meer gemaakt van deze constructie. Hierdoor is de verdeling ten opzichte van vorig jaar gewijzigd.

In 2025 hebben we een belangrijke mijlpaal bereikt: alle 134 leveranciers beschikten over een geldig social compliance auditrapport. Daarvan had 92% (123 leveranciers) een BSCI-audit en 8% (11 leveranciers) een alternatief rapport (Sedex/SA8000). Dit willen we in 2026 vasthouden en ons richten op het verder verbeteren van de scores, door samen te werken met onze leveranciers.

Van de leveranciers met een BSCI-audit scoorde:



Non-textiel

Ook bij non-textiel hebben we in 2025 een belangrijke stap gezet: we werken nu ook hier met een vast leveranciersbestand. Dat is een grote verandering en een belangrijke mijlpaal. Tegelijkertijd hebben we ingezet op meer audits. Het percentage leveranciers met een geldig auditrapport is gestegen naar 49%.

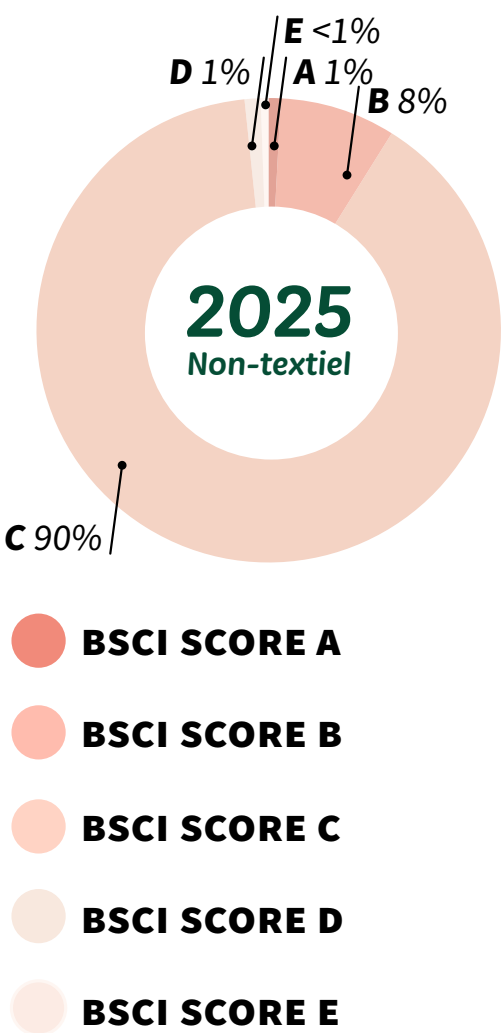
Van de 400 leveranciers hadden er 195 een geldig auditrapport (waarvan 185 BSCI en 10 Sedex), 200 hadden nog geen auditrapport en 5 hadden een verlopen rapport. In 2026 blijven we gericht werken aan verdere verbetering. Ons doel is duidelijk: nóg meer leveranciers met een geldig social compliance audit. En we blijven ons inzetten om samen met de leveranciers de scores te verbeteren.

De C-scores worden voornamelijk veroorzaakt door twee aandachtspunten: Social Management System and Cascade

Effect (PA1) en Decent Working Hours (PA6). Vooral het aantal werkuren heeft invloed op de score. Krappe productieplanningen gaan gepaard met een hogere werkdruk, en bij lagere lonen kiezen werknemers er vaker voor extra uren te maken. Hierdoor blijft het patroon van structureel overwerk bestaan.

In 2025 vernieuwde Amfori de Continuous Improvement Tool. Alle bevindingen uit auditrapporten worden meteen geregistreerd en vormen zo een Corrective Action Plan dat overzichtelijk kan worden gemonitord. De tool is ook toegankelijk voor alle gelinkte members. Op dit moment is het gebruik vrijwillig, maar het wordt stapsgewijs verplicht. Uiteindelijk kan een follow-up audit pas worden aangevraagd als de verbeterpunten zijn afgevinkt. In 2026 zetten we erop in om zo veel mogelijk leveranciers met deze tool te laten werken.

Van de leveranciers met een BSCI-audit scoorde:



In 2025 hebben we een belangrijke mijlpaal bereikt: alle 134 kleding en textiel leveranciers beschikten over een geldig social compliance auditrapport

Risicoanalyse en Due Diligence

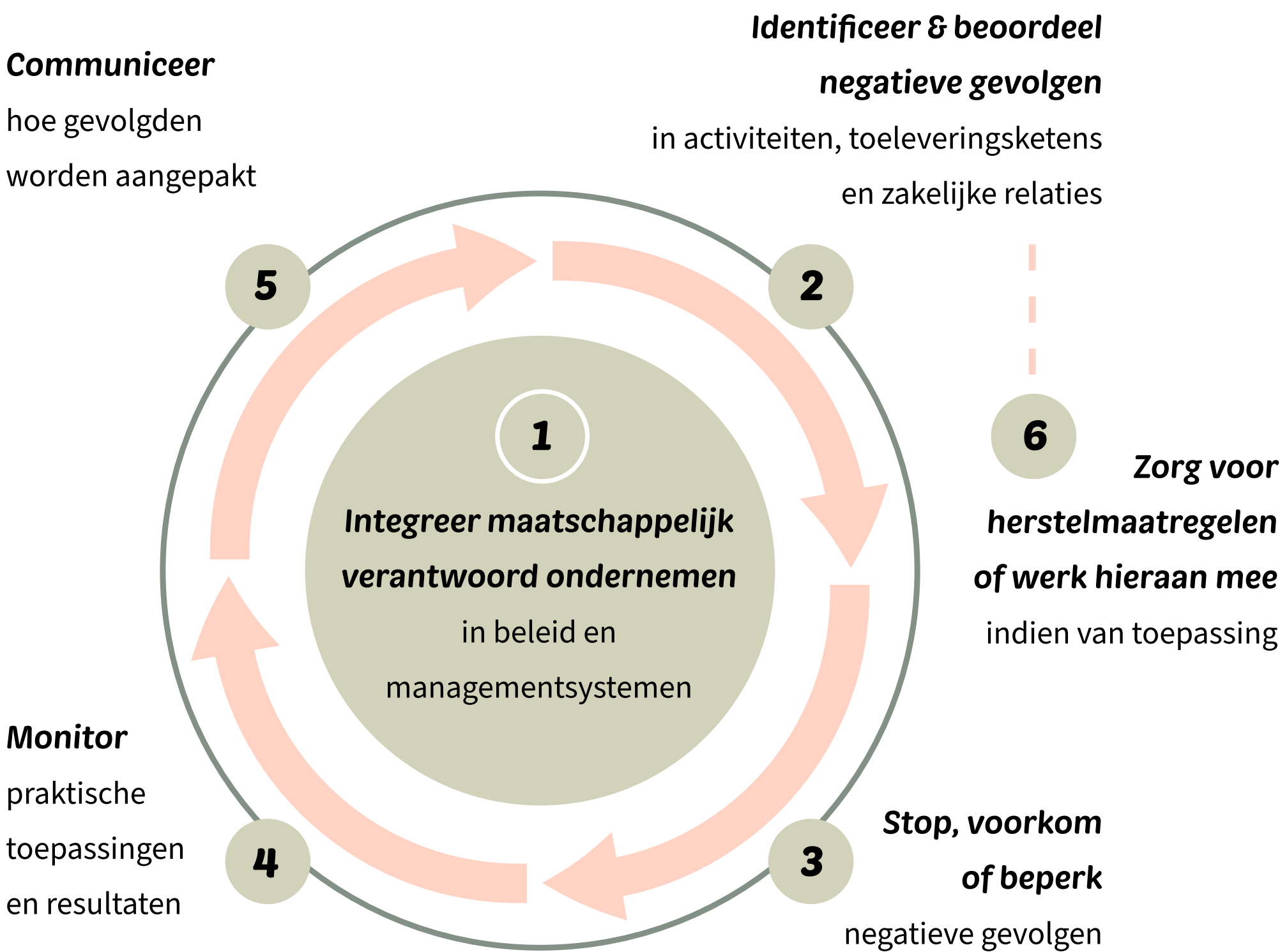
Samen met onze leveranciers werken we op verschillende manieren aan eerlijke en veilige productie. Om risico's in onze keten zichtbaar te maken en aan te pakken, hebben we een due diligenceproces opgezet. We volgen daarbij de richtlijnen van de OESO (Organisatie voor Economische Samenwerking en Ontwikkeling) voor verantwoord ondernemen. Die zijn helder: als bedrijf mag je niet weggijken van risico's voor mens en milieu. Je moet ze in beeld brengen én er iets mee doen. Zo werken we stapsgewijs aaneen eerlijkere en veiligere keten.

Wetgeving: Corporate Sustainability Due Diligence Directive (CSDDD)

De CSDDD, ook bekend als de Europese ketenzorgplichtwet, is een EU-richtlijn die grote bedrijven verplicht om milieu- en mensenrechtenrisico's in hun eigen activiteiten en toeleveringsketens te identificeren, voorkomen en beperken. Denk aan het aanpakken van kinderarbeid, milieuvervuiling en schendingen van arbeidsrechten.

Het doel: duurzaamheid en verantwoordelijkheid bevorderen in de volledige waardeketen, van grondstof tot eindproduct. Bedrijven moeten due diligence (gepaste zorgvuldigheid) integreren in hun strategie, risicoanalyses uitvoeren en herstelacties ondernemen bij schade. Waar de CSRD gericht is op rapporteren, draait de CSDDD om daadwerkelijk actie ondernemen tegen misstanden.

Wibra is nog niet CSDDD-plichtig. Wel zetten we al zoveel mogelijk stappen om aan de vereisten te voldoen, zodat we goed voorbereid zijn wanneer we binnen de scope van de CSDDD vallen.



Wetgeving: Forced Labour Regulation (FLR)

Een aanvulling op de CSDDD is de Europese anti-dwangarbeidverordening (Forced Labour Regulation, FLR). Deze wet verbiedt producten die geheel of gedeeltelijk met dwangarbeid (inclusief kinderarbeid) zijn gemaakt, te verkopen, importeren of exporteren binnen de Europese markt.

De verordening gebruikt de definitie van de Internationale Arbeidsorganisatie (ILO): 'Alle arbeid of diensten die van een persoon worden geëist onder dreiging van een straf en waarvoor die persoon zich niet vrijwillig heeft aangeboden.' De wet geldt voor alle bedrijven, ongeacht grootte of sector, en voor zowel import als producten gemaakt in de EU.

We bereiden ons hierop voor door onze ketens, van grondstof tot eindproduct, in beeld te brengen. Hier zijn we al een aantal jaar mee bezig. Hoe dieper we in de keten komen, hoe uitdagender het wordt. Daarom zijn we in 2024 gestart met een samenwerking met tex.tracer, een traceerbaarheidsplatform dat ons hierbij helpt. Als we weten wie er in onze ketens zitten, kunnen we onze due diligence beter uitvoeren.

Landenrisicoanalyse 2025

Elk jaar brengen we mogelijke risico's op het gebied van mensenrechten in kaart. In 2025 hebben we opnieuw een diepgaande analyse uitgevoerd, waarin we ook rekening hebben gehouden met actuele gebeurtenissen die invloed hebben op de economie en indirect op de samenleving.

Hiervoor maken we gebruik van verschillende bronnen: jaarlijks gepubliceerde indexen, rapporten van NGO's, de MVO-risicochecker van MVO Nederland, nieuws- en media-artikelen en informatie van Amfori.



Belangrijke markt-ontwikkelingen in 2025



Politieke invloed en onderdrukking

In diverse productielanden is sprake van toenemende politieke polarisatie, versterkte staatscontrole en beperkingen voor maatschappelijke organisaties en onafhankelijke vakbonden. In sommige contexten worden arbeidsactivisten, journalisten en oppositieleiden juridisch of administratief beperkt, waardoor de ruimte voor publieke kritiek en sociale dialoog afneemt.

Deze ontwikkelingen zijn relevant voor onze keten, omdat een beperkende politieke context directe invloed heeft op de uitoefening en handhaving van arbeidsrechten. Wanneer vakbondsvrijheid en maatschappelijke controle onder druk staan, neemt de transparantie over arbeidsomstandigheden af en groeit het risico op onderrapportage van misstanden.

Voor fabrieken betekent dit dat zij opereren in een omgeving waarin sociale dialoog niet altijd volledig kan functioneren en waar toezicht of handhaving inconsistent kan zijn. Klachtenprocedures bestaan vaak formeel, maar zijn niet in alle gevallen onafhankelijk of vrij toegankelijk.

Voor werknemers leidt dit tot verhoogde risico's op beperking van vrijheid van vereniging, onderdrukking van klachten, intimidatie of represailles, en verminderde zichtbaarheid van arbeidsrechtelijke schendingen.



Importheffingen van de VS

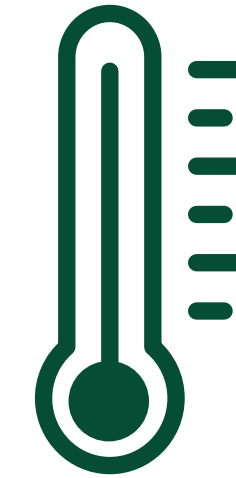
Aanhoudende en fluctuerende importheffingen vanuit de Verenigde Staten beïnvloeden internationale handelsstromen en concurrentieverhoudingen. Producenten worden geconfronteerd

met veranderende afzetmarkten, verschuivende productievolumes en toenemende prijsdruk binnen mondiale toeleveringsketens.

Deze handelsoontwikkelingen zijn relevant omdat zij indirect impact kunnen hebben op arbeidsomstandigheden in productielanden. Verhoogde kostendruk en onzekerheid in afzetmarkten kunnen leiden tot verscherpte concurrentie op prijs en flexibiliteit.

Voor fabrieken kan dit resulteren in kortere levertijden, productiepieken, margedruk en een verhoogde kans op informele subcontracting. Daarnaast kunnen investeringen in veiligheid, training of arbeidsverbetering worden uitgesteld wanneer financiële druk toeneemt.

Voor werknemers vergroot dit de risico's op overmatige werkuren, druk op lonen en leefbaar loontrajecten, verslechterde arbeidsomstandigheden bij plotselinge opschaling en een verzwakte onderhandelingspositie.



Klimaatverandering en extreme weersomstandigheden

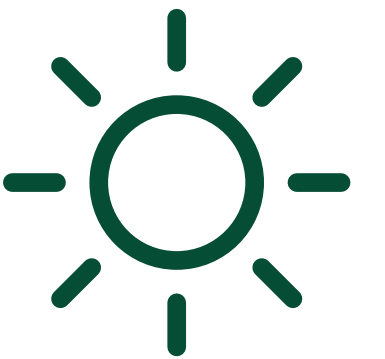
In meerdere productieregio's zien we steeds vaker extreme weersomstandigheden, zoals overstromingen, hittegolven, droogte en stormschade. Deze gebeurtenissen verstoren productieprocessen, logistieke ketens en energievoorziening.

Ook al hebben wij er nog niet mee te maken gehad, voor onze keten is dit relevant omdat klimaatgerelateerde verstoringen zowel de operationele continuïteit als de fysieke arbeidsomstandigheden beïnvloeden. Met name regio's met kwetsbare infrastructuur of een beperkte capaciteit om zich aan te passen, worden relatief harder geraakt.

Voor fabrieken kunnen deze ontwikkelingen leiden tot tijdelijke sluitingen, productieovertragingen,

versnelde productie na onderbrekingen en verhoogde hittebelasting in werkruimtes. In waterintensieve sectoren kan waterschaarste productieprocessen onder druk zetten.

Voor werknemers resulteert dit in verhoogde gezondheids- en veiligheidsrisico's, inkomensonzekerheid bij productiestops, verhoogde werkdruk na herstart van productie en een grotere kans op onveilige werksituaties bij noodproductie.



Risicobeoordeling

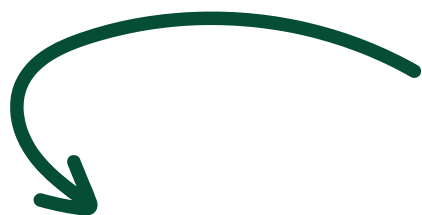
Voor het beoordelen van sociale risico's in onze productieketens maken we gebruik van een gestandaardiseerde matrix, gebaseerd op de OECD Due Diligence Guidance for Responsible Supply Chains. Risico's worden beoordeeld op basis van ernst en waarschijnlijkheid.

De ernst van elk risico wordt algemeen vastgesteld en weerspiegelt de potentiële impact op mensenrechten, arbeidsomstandigheden en gezondheid. De waarschijnlijkheid is contextafhankelijk en houdt rekening met factoren zoals lokale wet- en regelgeving, politieke stabiliteit, handhaving en maatschappelijke controle. Door deze combinatie kunnen we op een transparante manier prioriteiten stellen en middelen richten op de gebieden waar risico's het grootst zijn.

Een belangrijke kanttekening: in onze risicoanalyse zijn alle schakels in de keten meegenomen, ook de delen die we nog niet volledig in kaart hebben gebracht en waar geen informatie over beschikbaar is. Wanneer iets onbekend is, beschouwen wij dit als risicoverhogend. Daardoor kunnen risico's anders zijn ingeschaald dan in benchmarks die landen wel of niet als risicoland beschouwen.

Verantwoordelijkheid nemen in de keten

Verantwoordelijkheid nemen begint bij inzicht. Onze due diligence is een doorlopend proces dat we steeds verder uitbreiden en aanscherpen. Door onze keten goed in kaart te brengen, weten we met wie we samenwerken en waar risico's zitten. Samen met onze leveranciers maken we afspraken over verantwoord werken, nu en in de toekomst.



Waarschijnlijkheid

		Waarschijnlijkheid			
		1	2	3	4
Ernst	4	Middel	Hoog	Hoog	Zeer Hoog
	3	Middel	Middel	Hoog	Hoog
	2	Laag	Middel	Middel	Hoog
	1	Laag	Laag	Middel	Middel

	Keten-transparantie	Mensen-rechten	Gezondheid & veiligheid	Kinder-arbeid	Dwang-arbeid	Leefbaar loon	Werkuren	Discriminatie, intimidatie & geweld	Vrijheid van vereniging
China	Hoog	Zeer hoog	Hoog	Hoog	Hoog	Hoog	Hoog	Hoog	Hoog
Italië	Hoog	Middel	Middel	Middel	Hoog	Middel	Middel	Hoog	Middel
Bangladesh	Hoog	Zeer hoog	Zeer hoog	Hoog	Hoog	Zeer Hoog	Hoog	Hoog	Hoog
India	Hoog	Zeer hoog	Zeer hoog	Hoog	Hoog	Zeer hoog	Hoog	Zeer hoog	Hoog
Turkije	Hoog	Zeer hoog	Hoog	Hoog	Zeer hoog	Zeer hoog	Hoog	Zeer hoog	Hoog
Pakistan	Hoog	Zeer hoog	Zeer hoog	Hoog	Zeer hoog	Zeer hoog	Hoog	Zeer hoog	Hoog

Onboarding van leveranciers

Elke nieuwe leverancier doorloopt een zorgvuldig selectieproces. We beoordelen vooraf of een leverancier aan onze eisen voldoet, waarbij het onboardingproces een belangrijke rol speelt. Bij de selectie kijken we in het bijzonder naar arbeidsomstandigheden, traceerbaarheid, kwaliteit en het vermogen van een (toekomstige) leverancier om te voldoen aan Europese wet- en regelgeving. Dit zorgt ervoor dat we samenwerken met leveranciers met wie we een duurzame en toekomstbestendige samenwerking zien.

Het onboardingproces is erop gericht leveranciers goed te begeleiden en een sterke basis te leggen voor samenwerking. Wanneer een leverancier wordt goedgekeurd, ontvangt de productielocatie een uniek Wibra-ID.

Voor kleding- en textiellieferanciers werkten we al met een onboardingproces. Inmiddels zijn ook deze leveranciers overgestapt op het nieuwe format, zodat we op een uniforme manier werken met al onze leveranciers. In 2024 hebben we het onboardingproces uitgerold voor non-textiellieferanciers. In 2025 hebben we onze eisen voor leveranciers verder aangescherpt en geüpdatet. Op deze manier bouwen we actief aan een kwalitatief sterk en toekomstbestendig leveranciersbestand.

Daarnaast toetsen we met terugwerkende kracht of bestaande leveranciers voldoen aan de vernieuwde eisen. Wanneer dit nog niet volledig het geval is, gaan we het gesprek aan en werken we samen aan verbeteringen. Indien nodig zoeken we samen naar passende oplossingen, zoals begeleiding of het verkennen van alternatieven.



Resultaten tex.tracer

Via tex.tracer leggen we samen met onze leveranciers gegevens vast over onze productieketens. Dat geeft ons beter zicht op de hele keten, van grondstof tot eindproduct, en stelt ons in staat om te controleren of onze producten voldoen aan de normen die we belangrijk vinden.

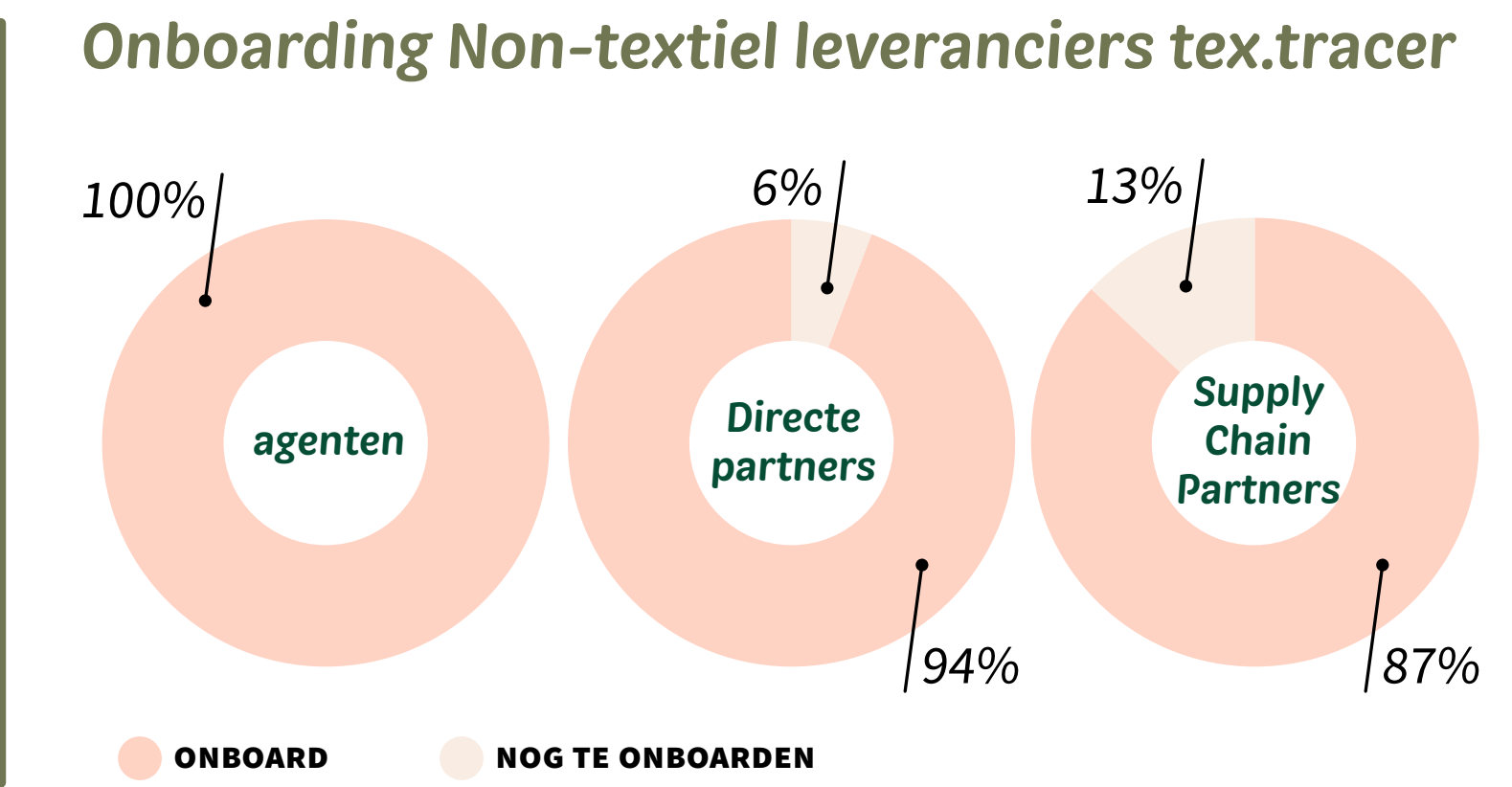
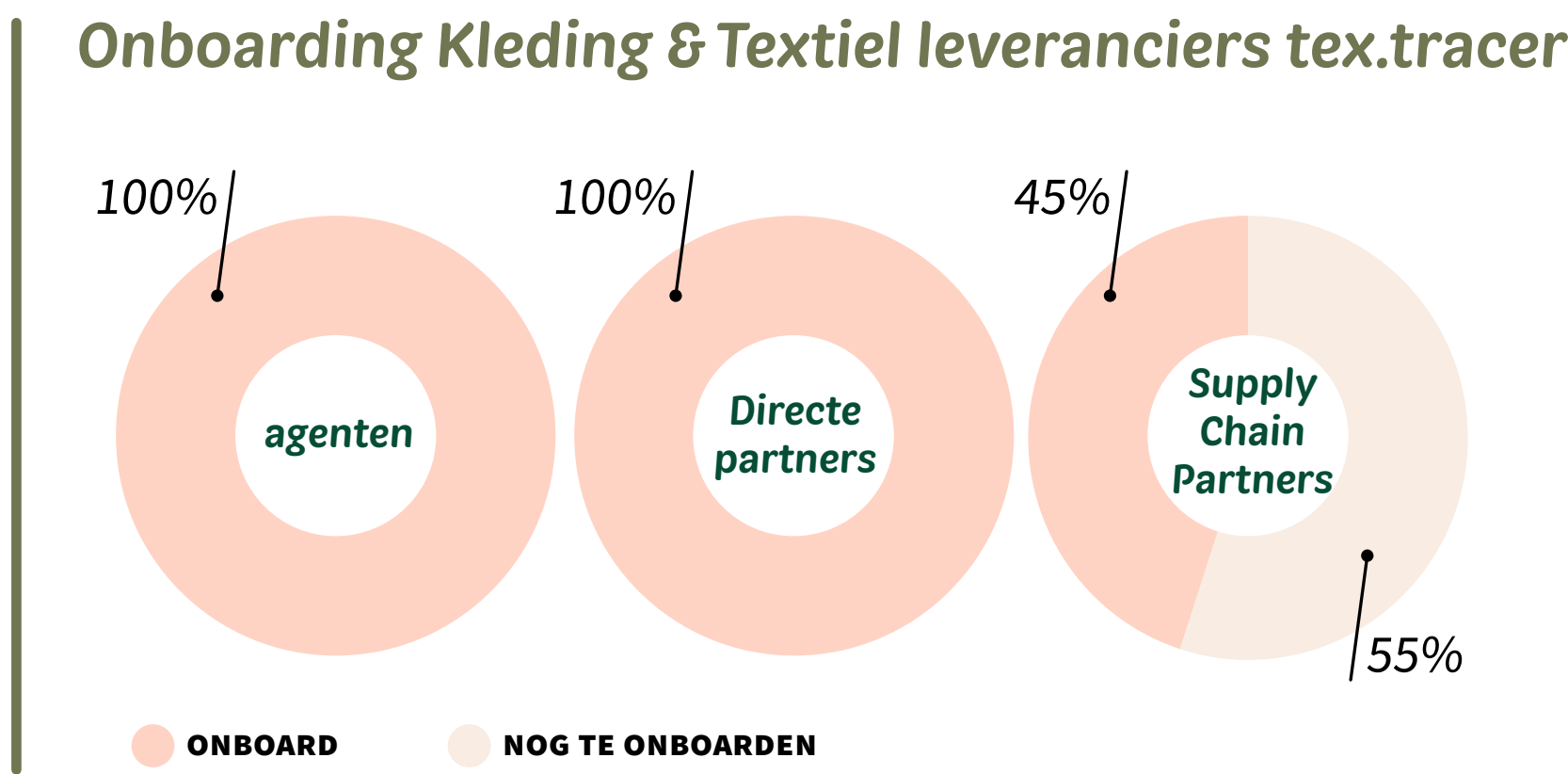
In 2025 hebben we al onze kleding- en textiellieferanciers én importeurs onboard op het platform. Dat betekent dat met ingang van 2026 alle te boeken kleding- en textielorders kunnen worden getraceerd. Een belangrijke mijlpaal, waarmee we goed voorbereid zijn op het Digital Product Passport. We hebben ook een mooi aandeel tier 2-leveranciers in beeld kunnen brengen, dat wil zeggen de leveranciers van onze directe leveranciers.

Ons doel is nu om de transparantie naar een hoger niveau te tillen: tier 2-leveranciers ook in het platform onboarden, dieper de keten in gaan (tier 3 en 4) en de ingevulde stappen laten verifiëren door middel van een digitale overeenkomst tussen partners.

Een grote wens was om ook non-textielproducten in het platform te kunnen traceren. Samen met tex.tracer hebben we gewerkt aan een oplossing hiervoor. Met succes: in september 2025 ging de aangepaste versie live. In oktober hebben we de kick-off gedaan met

onze drie grootste non-textiellieferanciers, waarmee nu al ruim een kwart van de productielocaties is onboard. Het doel voor 2026 is om de rest van onze leveranciers aan te sluiten, inclusief importeurs, en de transparantie naar het volgende niveau te tillen.

Dat betekent dat met ingang van 2026 alle te boeken kleding- en textielorders kunnen worden getraceerd



tex.tracer

Interview: Jolanda Kooi, CEO tex.tracer

Jolanda Kooi oprichter en CEO van tex.tracer

Jolanda Kooi is oprichter en CEO van tex.tracer. Met meer dan twintig jaar ervaring in textielontwikkeling en -productie zet zij zich in voor eerlijke, toegankelijke en betrouwbare ketentransparantie. Samen met Wibra werkt zij aan het stap voor stap transparant maken van de volledige productieketen.

Kun je uitleggen hoe tex.tracer werkt?

"tex.tracer is een digitaal platform dat merken en retailers helpt om volledige transparantie in hun keten te realiseren. We maken daarbij gebruik van blockchain, geolocatie, tijdstempels en peer-verificatie om ketendata veilig en controleerbaar vast te leggen. We zijn actief in meer dan 50 landen en bieden lokale ondersteuning in meerdere talen."

Welke stappen hebben jullie samen met Wibra gezet in 2025?

"Transparantie stopt niet bij inzicht alleen. In 2025 hebben we samen met Wibra de volgende stappen gezet in het verder transparant maken van de keten. We verdiepen de samenwerking met bestaande partners en breiden deze uit naar nieuwe productgroepen. Waar de focus eerder lag op textiel, zijn we in 2025 ook gestart met het aansluiten

van non-textielpartners en -producten. Daarmee wordt transparantie steeds breder toegepast binnen het assortiment van Wibra. Zo maken we structurele vooruitgang."

Hoe ziet die vooruitgang er concreet uit?

"Inmiddels zijn in totaal 107 directe partners uitgenodigd op het platform, waarvan 93% succesvol is aangesloten. Daarnaast zijn 340 toeleveranciers dieper in de keten uitgenodigd om hun data te delen en inzicht te geven in hun rol binnen het productieproces. Dit resulteerde in het traceren van 3.725 orders in 2025, een belangrijke stap in het concreet en meetbaar maken van

ketentransparantie. Dat maakt me trots. Het hoge aansluitpercentage en de actieve betrokkenheid van partners laten zien dat transparantie niet alleen een ambitie is, maar daadwerkelijk wordt omgezet in actie."

Hoe helpt het platform bij nieuwe wet- en regelgeving?

"De ontwikkelingen rondom het Digitale Productpaspoort en de Europese ontbossingsverordening (EUDR) onderstrepen het belang van betrouwbare en goed gedocumenteerde keteninformatie. Organisaties worden geacht steeds gedetailleerdere data beschikbaar te hebben over herkomst,

samenstelling en impact van producten. Met ons platform verzamelen en structureren we de benodigde data op één centrale plek. Dat maakt compliance beheersbaar en toekomstbestendig."

Hoe is het platform zelf doorontwikkeld in 2025?

"Het tex.tracer-platform is in 2025 sterk doorontwikkeld. Zo is onder andere het ESG-dashboard toegevoegd. Hiermee krijgt Wibra een compleet overzicht van ESG-zelfevaluaties van partners, inclusief certificaten en audit memberships. Via de geïntegreerde Scorecard kan Wibra bovendien zelf bepalen hoe data wordt gewogen en berekend. Dit maakt het mogelijk om informatie te personaliseren en de verzamelde data beter te laten aansluiten op de eigen duurzaamheidsdoelstellingen en rapportage-eisen."



Wat is jullie blik vooruit?

"Door inzicht, samenwerking en slimme digitale tools te combineren, maken we transparantie concreet en werkbaar. Samen bouwen we stap voor stap aan een keten die niet alleen voldoet aan wetgeving, maar ook bijdraagt aan een duurzamere toekomst."

'Transparantie stopt niet bij inzicht alleen'



tex.tracer

Leefbaar loon

Leefbaar loon is een belangrijk thema binnen arbeidsomstandigheden. In veel Aziatische productielanden liggen de lonen structureel onder het niveau van een leefbaar loon. Hierdoor zijn werknemers vaak afhankelijk van overuren om in hun basisbehoeften te kunnen voorzien. Dit vergroot het risico op structureel lange werkdagen en een ongezonde werk-privé-balans.

Daarnaast speelt de betrouwbaarheid van loonbetalingen een belangrijke rol. Wanneer salarissen niet op tijd worden uitbetaald, kunnen werknemers hun vaste lasten niet voldoen zonder leningen af te sluiten. Omdat zij sterk afhankelijk zijn van hun inkomen uit de fabriek, vergroot dit hun kwetsbare positie ten opzichte van de werkgever. Deze combinatie van lage lonen en onzekere betalingen beperkt hun financiële stabiliteit en vergroot hun afhankelijkheid.

Voor Wibra is het essentieel om hier actief onderzoek naar te doen, omdat een leefbaar loon direct bijdraagt aan het welzijn van werknemers en aan duurzame arbeidsrelaties binnen de keten. Door inzicht te krijgen in loonstructuren en betalingspraktijken bij onze leveranciers, kunnen we risico's beter identificeren en samen werken aan verbeteringen. Zo nemen we onze verantwoordelijkheid binnen de keten en bouwen we aan een toekomstbestendige en eerlijke productieketen, waarin werknemers minder afhankelijk zijn van overuren en financiële onzekerheid.



International Accord

Het International Accord richt zich op veilige werkomstandigheden in kledingfabrieken, via onafhankelijke inspecties, trainingen en een klachtenmechanisme voor werknemers in Bangladesh en Pakistan.

In Bangladesh hebben we de afgelopen jaren gewerkt aan verbeteringen op het gebied van brandveiligheid, bouwconstructies en elektrische installaties bij onze leveranciers. De verbeterpunten komen voort uit de veiligheidsinspecties binnen het Accord-programma.

In 2023 startten we met de voorbereidingen voor inspecties bij onze leveranciers in Pakistan. In december van dat jaar vond de eerste inspectie plaats. Sinds 2024 zijn stappen gezet om verbeteringen door te voeren op het gebied van brandveiligheid, bouwconstructies en elektrische installaties. Op basis van de door het Accord opgestelde actieplannen worden de benodigde verbeterpunten opgevolgd en gemonitord.

BEPI

BEPI staat voor Business Environmental Performance Initiative en is het milieuprogramma van Amfori. BEPI helpt ons om de milieuprestaties op het niveau van productielocaties te meten, beheren en verbeteren. Een belangrijk onderdeel is het BEPI Risk Assessment: een zelfbeoordeling waarmee leveranciers inzicht krijgen in hun energie- en waterverbruik, afvalbeheer en gebruik van chemicaliën. Dit stimuleert bewustwording en vormt een eerste stap richting verduurzaming, zonder dat externe controles verplicht zijn. De leverancier kan hiermee in kaart brengen waar de risico's liggen en wat eraan gedaan kan worden.

In 2025 hebben in totaal 39 leveranciers van ons gehele leveranciersbestand, zowel kleding en textiel als non-textiel, een BEPI Risk Assessment uitgevoerd. Dat is een stijging van 1,5% naar 7% ten opzichte van vorig jaar. Om overbelasting van leveranciers te voorkomen en vanwege de tijdsintensiteit van het uitvoeren van een risicoanalyse, hebben wij onze doelstelling niet volledig behaald. Desondanks blijft deelname een belangrijk doel. We blijven onze leveranciers wijzen op het belang hiervan en nemen dit mee bij het onboarden van nieuwe leveranciers.

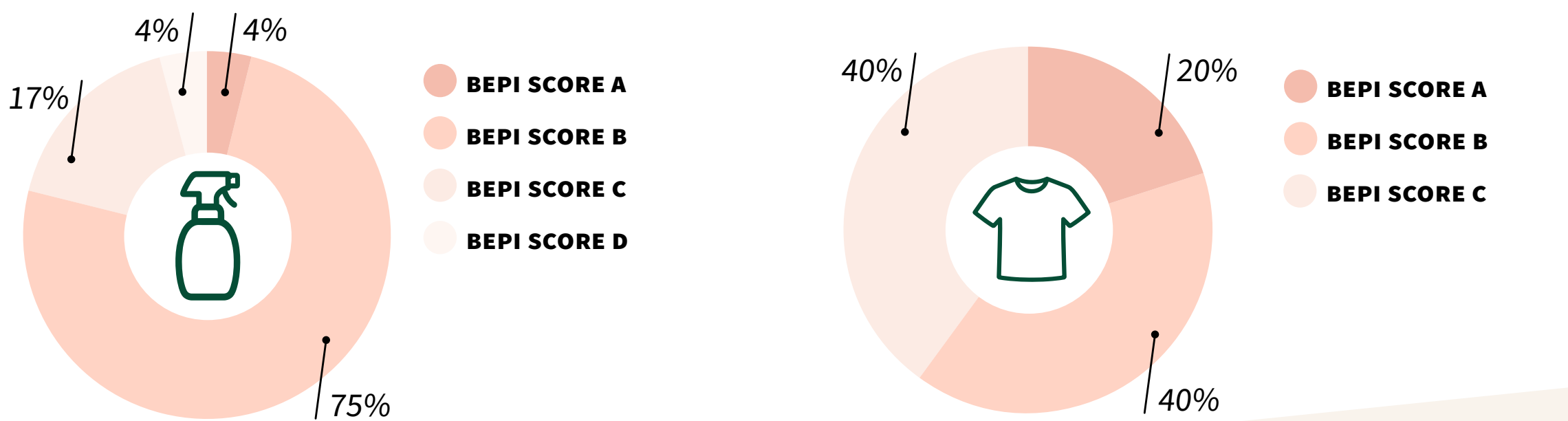
Als volgende stap werken we toe naar BEPI Environmental Audits, waarbij een onafhankelijke partij de duurzaamheidsinspanningen van leveranciers controleert. Dat zorgt voor meer transparantie en validiteit. Een belangrijke meerwaarde van een Environmental Audit is dat productieprocessen vaak een groot aandeel hebben op de milieu-impact van een product. Door deze processen in kaart te brengen, ontstaat inzicht in waar de grootste impact zit en kunnen gerichte verbetermaatregelen worden genomen. In 2025 hebben 29 leveranciers een BEPI Environmental Audit uitgevoerd. Ook hier zien we een stijging, van 1% naar 5%.

Ondanks dat we de doelstellingen van vorig jaar niet hebben gehaald, hebben we toch weer een kleine stap kunnen maken en is het aandeel leveranciers met een risk assessment of environmental audit gestegen. We hebben onze doelstellingen voor de komende jaren aangepast: in 2030 streven we naar 25% van de leveranciers met een BEPI Risk Assessment en 20% met een BEPI Audit.

Alle directe leveranciers met uitgevoerde BEPI RA of Audit in 2025



Environmental audits

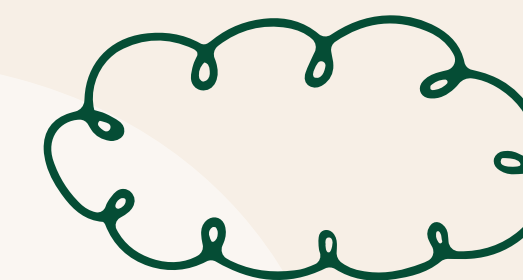


Scores 2025 non-textiel



Scores 2025 kleding en textiel





Pijler 2



Samenwerken aan veilige en duurzame producten

Ontwerpen en produceren

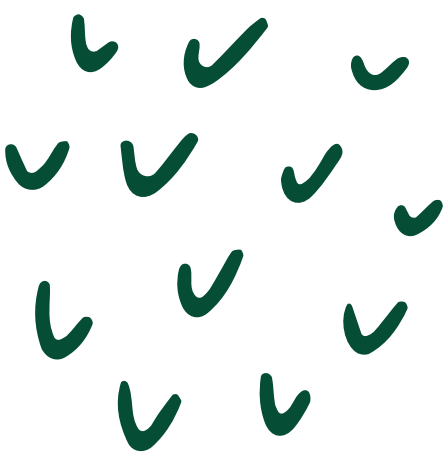
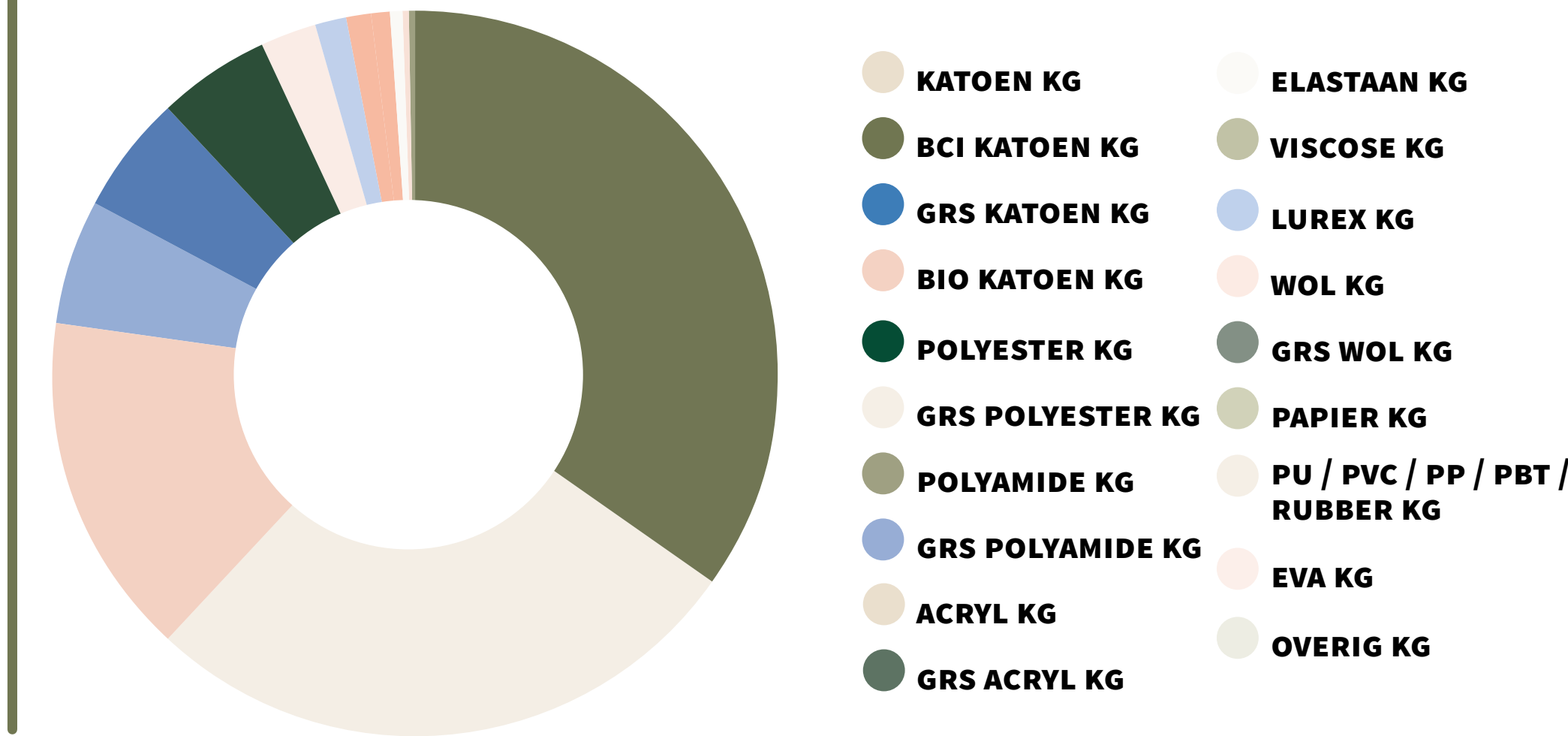
Nog voordat een kledingstuk in de winkel hangt, worden er keuzes gemaakt die bepalend zijn voor de impact ervan. Welke grondstof gebruiken we? Hoe lang moet het meegaan? Kunnen we het later recyclen? Achter elk T-shirt, elke trui en elke pyjama zit een keten van ontwerpers, inkopers, leveranciers en producenten die samen bouwen aan een product.

Grondstoffen

Bij Wibra hebben we een breed assortiment met producten die van allerlei verschillende grondstoffen zijn gemaakt. We verdelen deze grondstoffen in kleding- en textielgrondstoffen en non-textielgrondstoffen.

Wij vinden het belangrijk dat onze producten gemaakt worden van materialen die geproduceerd zijn met oog voor mens en milieu. Daarom werken we hard aan materialentransparantie en analyseren we elk jaar onze grondstoffen op risico's en impact.

Verdeling materialen, kleding en textiel



Materialentransparantie

Het begint allemaal met materialentransparantie, want als je niet weet waar je producten van gemaakt worden, kun je ze ook niet analyseren. Daarom werken we bij Wibra hard aan beter inzicht in onze materialen en wie deze produceert.



Non-textiel

Bij non-textiel zijn we bezig met het verder ontwikkelen van materialentransparantie. Elke leverancier werkt bijvoorbeeld met een eigen manier van rapporteren over materialen. Daar proberen we een lijn in te trekken en dit binnen ons eigen systeem te laten passen. Daarnaast kan een product uit heel veel verschillende materialen bestaan. Dat maakt het uitdagend. Toch komen we steeds verder. Door actief stappen te zetten om meer grip te krijgen, vergroten we ons inzicht in de gebruikte materialen en kunnen we onze producten steeds gerichter verbeteren.

Jaarlijks voeren we een risicoanalyse uit op alle materialen die we gebruiken, voor textiel en non-textiel. Veelgebruikte materialen in onze non-textielproducten zijn plastic, papier, hout, metaal en keramiek. Voor de meest voorkomende materialen hebben we gekeken naar de thema's klimaat en energie, water, biodiversiteit, emissies en verontreiniging en circulariteit.

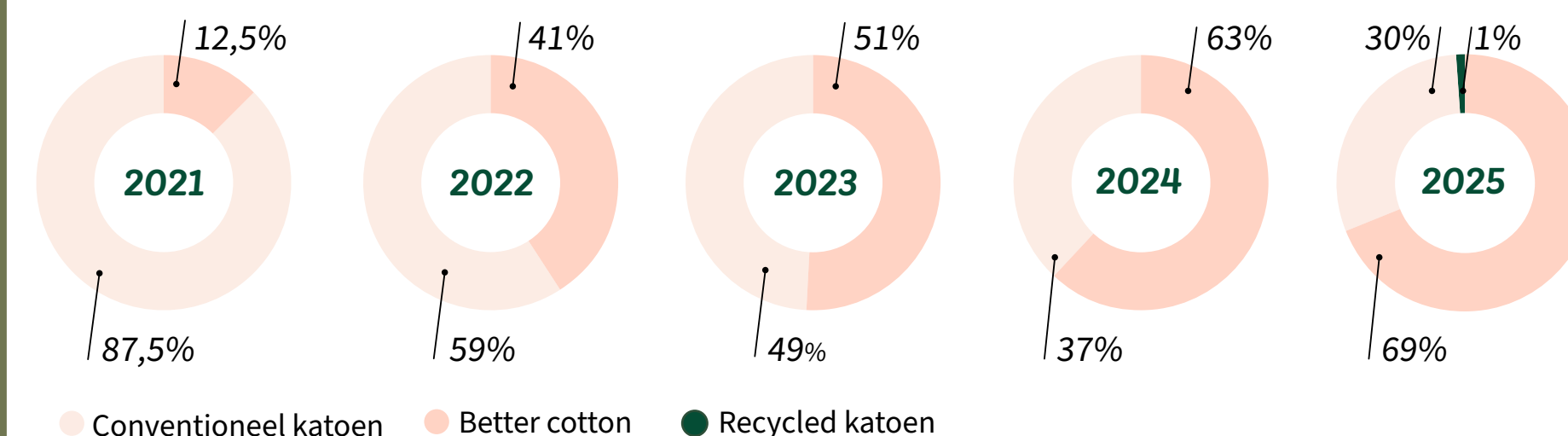
Kleding en textiel

Binnen kleding en textiel weten we al precies waar onze producten van gemaakt worden en waar ze vandaan komen. Daardoor kunnen we de risico's en de impact goed in kaart brengen. De volgende stap is om naast de productielocatie van het eindproduct ook te achterhalen waar de grondstoffen vandaan komen, zodat we deze informatie nog beter kunnen verwerken in onze impact- en risicoanalyses.

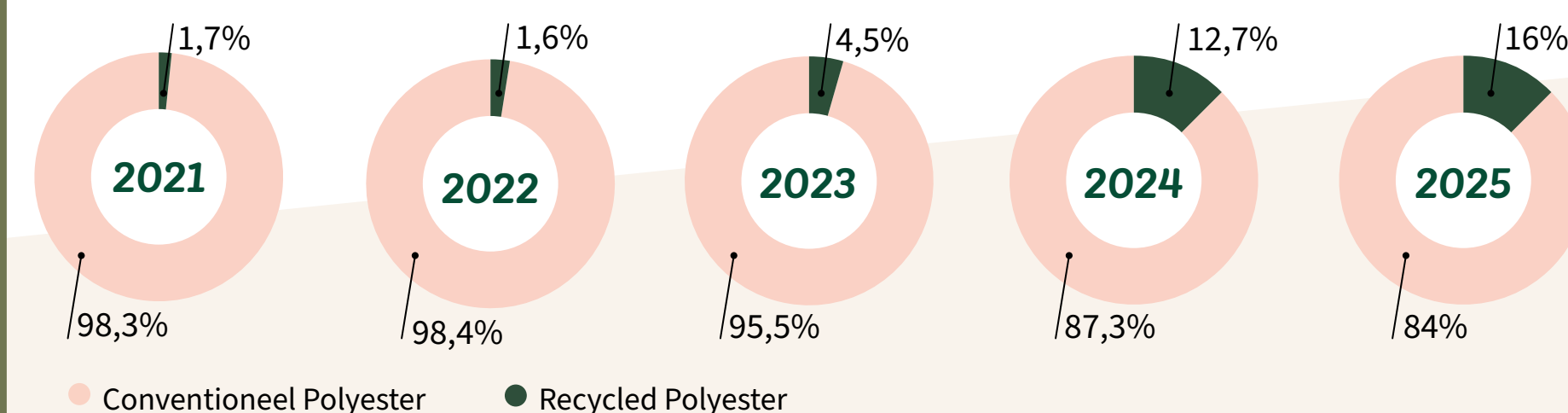
Het meest gebruikte materiaal binnen kleding en textiel is katoen (53%), gevolgd door polyester (33%) en daarna acryl (6%) en polyamide (6%).

Binnen katoen maken we onderscheid in conventioneel katoen, BCI-katoen, GRS-katoen en biokatoen. Binnen polyester maken we onderscheid in conventioneel polyester en GRS-polyester.

Steeds meer katoen uit het Better Cotton Initiative



Gebruik gerecycled Polyester



Impact

Om de impact van onze materialen te beoordelen maken we gebruik van de methodologie van de Textile Exchange - Materials Benchmark Methodology. Hierbij is gekeken naar zowel de milieu- als de sociale impact van de materialen. Deze methodologie is ontwikkeld als een gestandaardiseerd en interactief raamwerk om de prestaties van grondstoffen en duurzaamheidsprogramma's te beoordelen.

Binnen de Materials Benchmark worden materialen beoordeeld op vier categorieën: Materials Portfolio, Business Integration, Circular Economy en Impact Areas. Deze categorieën hebben wij bij Wibra de organizational impact genoemd. Daarnaast hebben we ook gekeken naar de klimaatimpact van een grondstof.

Voor de klimaat- en milieupijlers maken we gebruik van openbare LCA- en MSI-data om onder andere CO₂-uitstoot (cradle-to-gate), energieverbruik, waterverbruik, chemische impact, landgebruik en biodiversiteitsrisico's te analyseren.

Door deze data te combineren met beleids- en governance-indicatoren ontstaat een breder beeld: niet alleen wat de impact is, maar ook in hoeverre deze wordt gemonitord, gereduceerd en transparant gerapporteerd.

Dit stelt ons in staat om materialen objectief met elkaar te vergelijken en gericht te sturen op impactreductie. Omdat binnen keten- en materialentransparantie nog niet alle indicatoren volledig inzichtelijk zijn, vallen de scores van onze materialen momenteel lager uit. Dit zien we als een waardevolle nulmeting en een duidelijk startpunt om ons inzicht verder te vergroten.



Risico's

De uitkomsten van de impactanalyses hebben we gebruikt om de meest voorkomende milieurisico's, zoals waterverbruik of CO₂-uitstoot, te beoordelen. Binnen de klimaat- en milieupijlers zijn de risico's beoordeeld op basis van ernst en waarschijnlijkheid. Door deze systematiek ontstaat een helder overzicht van waar de grootste risico's zich bevinden.



Better Cotton Initiative

Katoen is een belangrijke grondstof binnen ons assortiment, en juist daarom willen we hier bewustere keuzes maken. Ook in 2025 is het aandeel katoen dat afkomstig is via het Better Cotton Initiative (Better Cotton) verder gegroeid. Inmiddels is circa 69% van al ons katoen ingekocht via Better Cotton.

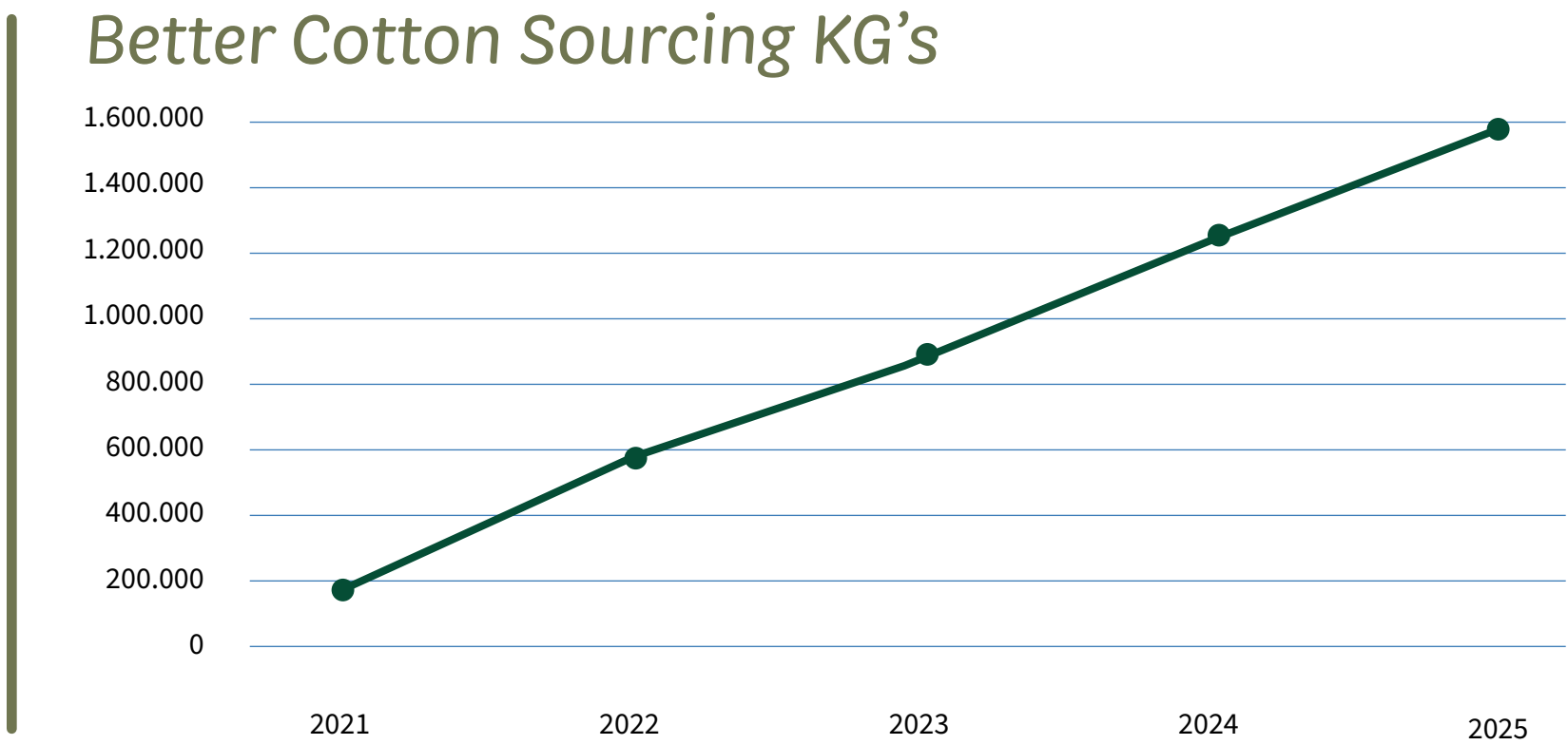
Wibra maakt gebruik van het Mass Balance-systeem. Dat houdt in dat we een hoeveelheid Better Cotton inkopen die gelijk staat aan wat we in onze eindproducten claimen. De katoenvezel zelf is niet fysiek te traceren tot in het specifieke kledingstuk. Dit systeem maakt grootschalige verduurzaming mogelijk en ondersteunt boeren wereldwijd bij het verbeteren van hun landbouwpraktijken, met aandacht voor watergebruik, bodemgezondheid en arbeidsomstandigheden.

Tegelijkertijd zien we dat de markt steeds meer vraagt om transparantie. Omdat vezels binnen het Mass Balance-systeem niet fysiek traceerbaar zijn, worden de communicatie-eisen richting consumenten aangescherpt en kunnen deze claims vanaf 2026 niet meer op dezelfde manier worden gebruikt.

Daarom hebben wij in 2025 bewust besloten om alle Better Cotton-claims van onze katoenen producten te verwijderen, zodat onze communicatie volledig in lijn is met de geldende richtlijnen en onze ambitie op het gebied van transparantie.

Dit betekent niet dat onze inzet stopt. Integendeel: wij blijven investeren in Better Cotton, omdat wij geloven in de

visie en de positieve impact op boeren en het milieu. Daarnaast onderzoeken wij de mogelijkheden om in de komende jaren over te stappen naar fysiek gecertificeerd katoen. Daarmee kunnen we nog meer aantoonbare impact maken binnen onze keten en onze klanten duidelijk laten zien dat zij met onze katoenen producten een verantwoorde keuze maken.



GRS / RCS

In 2025 is Wibra officieel gecertificeerd voor zowel de Global Recycled Standard (GRS) als de Recycled Claim Standard (RCS). Met deze certificeringen zetten we een belangrijke stap in het structureel vergroten van het aandeel gerecycled materiaal in onze collecties.

GRS gaat verder dan alleen het materiaalpercentage. Producten en bedrijven moeten voldoen aan een brede set van eisen op het gebied van milieu (verminderd gebruik van schadelijke chemicaliën en verantwoord afvalbeheer), sociaal (veilige en eerlijke arbeidsomstandigheden binnen de gehele keten) en transparantie (een volledig traceerbare en controleerbare productieketen).

Voor ons is werken met GRS en RCS belangrijk omdat het zekerheid biedt: richting onze klanten, richting onze ketenpartners en richting onszelf. De certificeringen maken aantoonbaar

dat gerecycled materiaal daadwerkelijk is verwerkt in het product en dat dit gecontroleerd en geborgd wordt via onafhankelijke audits.

Na het behalen van de certificering zijn wij direct gestart met het actief inkopen van producten die (deels) uit gerecycled materiaal bestaan. In 2025 bestond 3,5% van al onze kleding- en textielproducten uit een percentage gerecycled materiaal.

Hoewel dit aandeel nog relatief beperkt is, moet dit worden gezien in de context dat wij vóór certificering niet in staat waren om gerecyclede materialen structureel toe te passen of hierover te communiceren. Met het behalen van de GRS-certificering hebben wij een belangrijke eerste stap gezet: we kunnen nu duidelijke eisen stellen aan onze leveranciers en ons inkoopbeleid gericht sturen op het gebruik van gerecyclede grondstoffen.

**Zo bestaat van de voor 2026
ingekochte badkleding 95% van de producten
voor minimaal 50% uit gerecycled materiaal**

Beide standaarden tonen aan dat een product gerecycled materiaal bevat

Bij GRS:

bestaat minimaal 50% van het product uit gerecycled materiaal



Bij RCS:

bestaat minimaal 5% van het product uit gerecycled materiaal

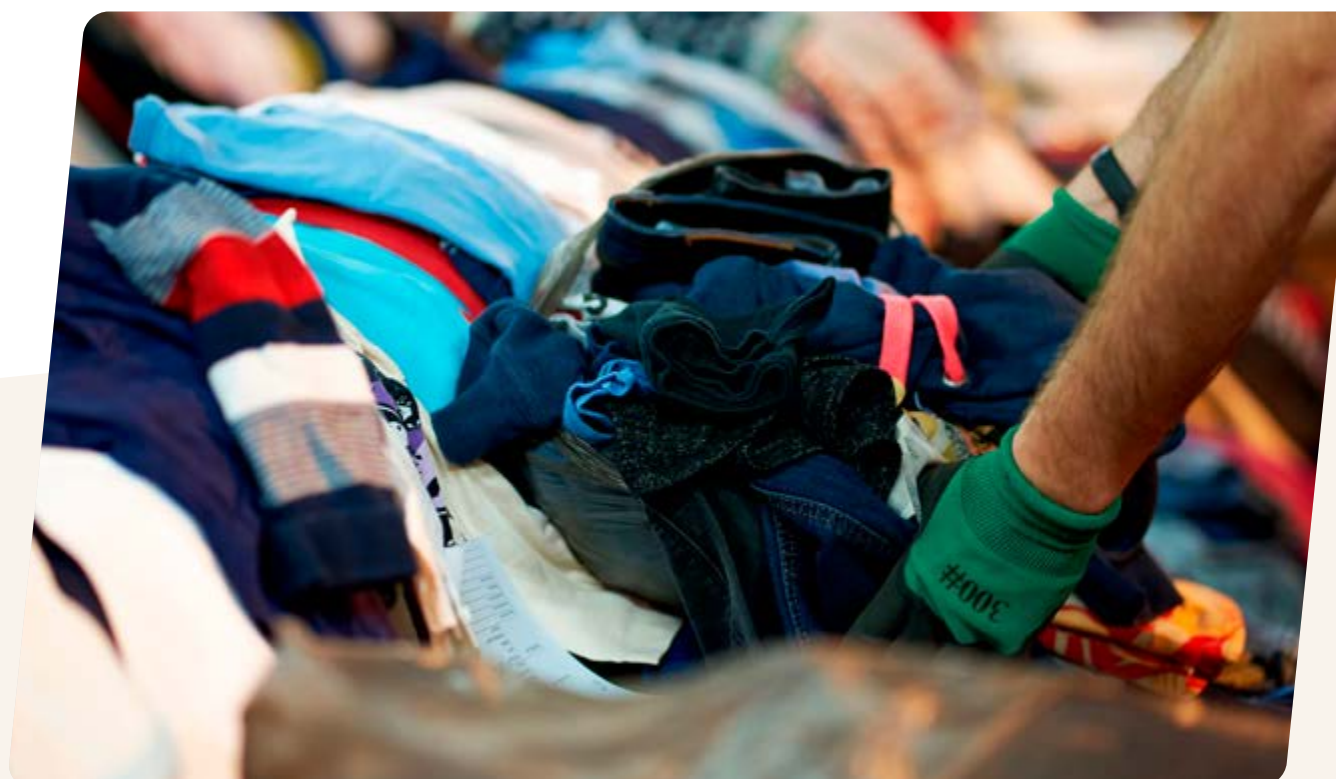


In 2025 was 35% van onze leveranciers GRS- of RCS-gecertificeerd

Vanuit Wibra is de ambitie om het aandeel gerecycled materiaal in de komende jaren aanzienlijk te verhogen. We bevinden ons hierin nog in de opbouwfase, maar zetten inmiddels concrete stappen om dit verder te integreren in onze collecties.

Binnen specifieke productgroepen zetten we grotere stappen. Zo bestaat van de voor 2026 ingekochte badkleding 95% van de producten voor minimaal 50% uit gerecycled materiaal. Daarmee maken we binnen deze categorie vrijwel volledig de overstap naar GRS-gecertificeerde materialen.

Ook binnen onze leveranciersbasis zien we een positieve ontwikkeling. In 2025 was 35% van onze leveranciers GRS- of RCS-gecertificeerd. Doordat het gebruik van gerecycled materiaal steeds belangrijker wordt en wij nauw samenwerken met onze partners, zien we dat steeds meer leveranciers bereid zijn zich te laten certificeren. We gaan daarvoor continu het gesprek aan met onze leveranciers. Samen kijken we naar wat haalbaar is voor beide partijen, zodat we realistische stappen kunnen zetten.



De implementatie van GRS en RCS is niet beperkt gebleven tot certificering alleen. In 2025 hebben wij alle betrokken afdelingen, waaronder inkoop, marketing, e-commerce en logistiek, gerichte training gegeven over wat GRS en RCS precies inhouden en hoe hiermee gewerkt moet worden.

Tijdens deze sessies is aandacht besteed aan het correct inkopen van gecertificeerde producten, het administratief borgen van traceerbaarheid, het juist en transparant communiceren van claims en het belang van certificering binnen onze duurzaamheidsstrategie.

Door kennis te delen en verantwoordelijkheden duidelijk te beleggen, zorgen we ervoor dat werken met gerecycled materiaal geen los initiatief is, maar een geïntegreerd onderdeel van onze dagelijkse processen.

Interview: Marilina, Control Union

Marilina Accountmanager en coördinator bij Control Union

Marilina werkt als accountmanager en coördinator van het textielteam bij Control Union in Nederland. Zij begeleidt certificeringstrajecten, beheert klantrelaties en introduceert nieuwe standaarden zoals regenagri, SRCCS en het Better Cotton Initiative. Als partner van Wibra bij het behalen van de GRS- en RCS-certificering vertelt zij wat onafhankelijke certificering betekent voor de textielketen.

Wat houdt jouw rol bij Control Union precies in?

"Ik beheer klantrelaties, coördineer certificeringsactiviteiten binnen ons textielteam en bewaak contracten en serviceovereenkomsten. Daarnaast help ik ons dienstenaanbod te verbreden door nieuwe standaarden te introduceren en te implementeren, zoals regenagri, SRCCS en het Better Cotton Initiative. Zo zorgen we ervoor dat ons team en onze klanten goed zijn afgestemd op de geldende eisen."

Waarom is onafhankelijke certificering zo belangrijk in de textielketen?

"Textielketens zijn complex en omvatten vaak meerdere landen en partijen. Onafhankelijke certificering biedt een objectieve verificatie dat duurzaamheidseisen daadwerkelijk worden nageleefd. Die scheiding tussen commerciële belangen en

controlewerkzaamheden is essentieel: het zorgt ervoor dat claims van bedrijven betrouwbaar, consistent en vergelijkbaar zijn binnen de sector."

Wat zijn veelvoorkomende uitdagingen bij certificering?

"Organisaties lopen er vaak tegenaan dat certificeringseisen lastig toe te passen zijn in ketens met meerdere schakels, zeker wanneer er tussenpersonen of niet-gecertificeerde handelaren bij betrokken zijn. Een andere veelvoorkomende uitdaging is het op orde krijgen van interne documentatie, denk aan transactiecificaten, facturen en productclaims, zodat alles consistent en traceerbaar blijft. Voor bedrijven die nieuw zijn in certificering kan het bovendien veeleisend zijn om technische standaardseisen te vertalen naar praktische interne werkprocessen."

Hoe zorgen audits ervoor dat consumenten op duurzaamheidsclaims kunnen vertrouwen?

"Audits verifiëren onafhankelijk of duurzaamheidsclaims onderbouwd worden met gedocumenteerd bewijs. Dat betekent: traceerbaarheidsgegevens controleren, transactiecificaten checken en kijken of gecertificeerde volumes overeenkomen met de claims die een bedrijf doet. Zo verkleinen audits het risico op overdrijving of misleidende communicatie en versterken ze het vertrouwen in duurzaamheidslabels."

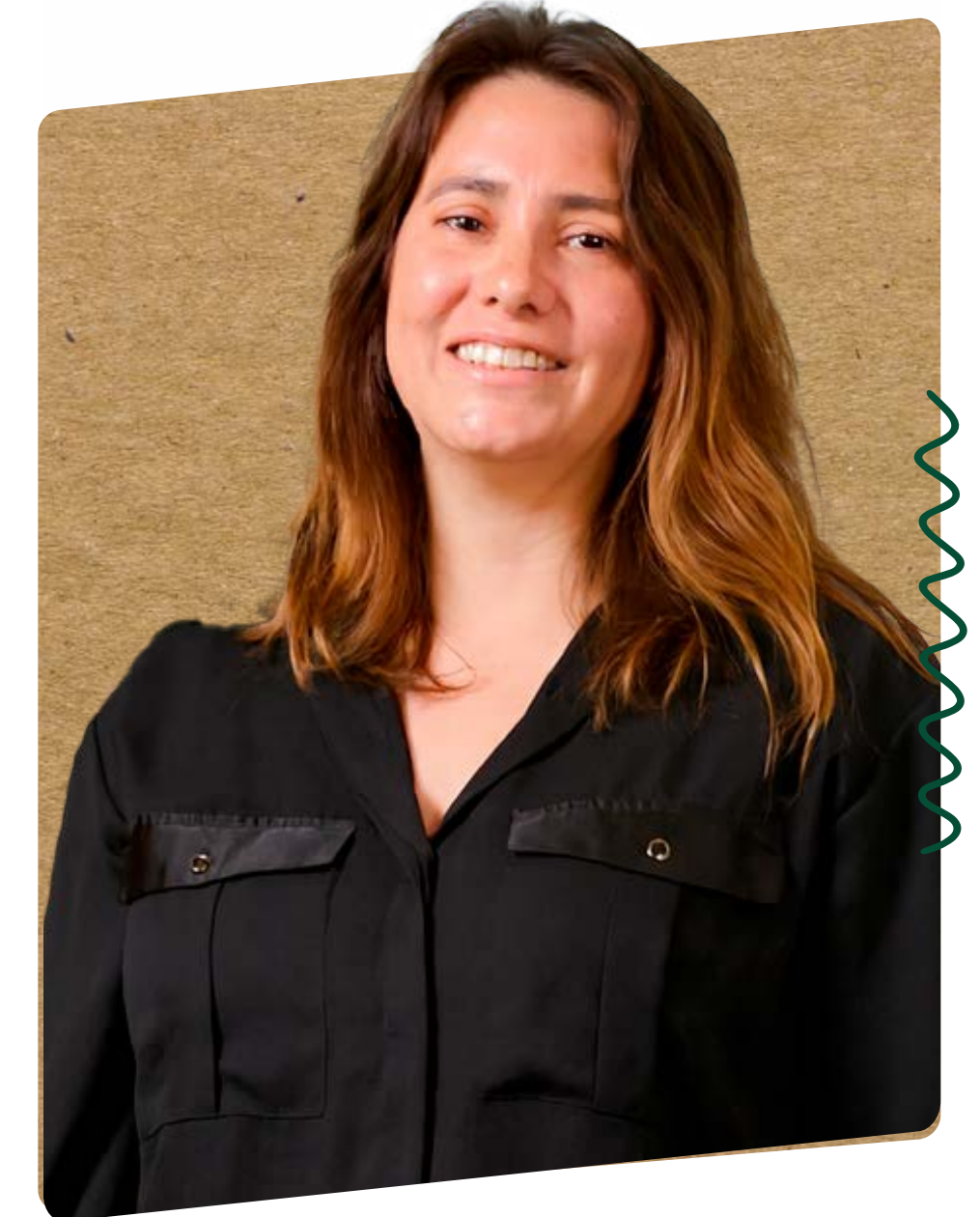
Wat viel je op in de manier waarop Wibra het certificeringsproces aanpakte?

"Wat opviel was de proactieve en gestructureerde aanpak. Wibra stelde al vroeg vragen over transactiecificaten, labeling en claims, en zocht actief naar duidelijkheid om alles in lijn te

brengen met de geldende eisen. Die open en transparante houding hielp om verantwoordelijkheden helder te krijgen en leidde tot een soepeler certificeringstraject met minder risico op miscommunicatie."

Hoe zie je de toekomst van certificering binnen de textielindustrie?

"De rol van certificering blijft groeien. Regelgeving wordt strenger, transparantie-eisen nemen toe en consumenten worden steeds bewuster. We zien een verschuiving naar bredere dekking van duurzaamheidsthema's, sterkere aansluiting bij wetgeving en verdergaande digitalisering van traceerbaarheidssystemen. Certificering wordt steeds meer een gestructureerd en onafhankelijk kader dat geloofwaardige claims ondersteunt en organisaties helpt om te navigeren in een veranderend speelveld."



Plastic

Een groot deel van onze non-textielproducten, van tuinproducten en speelgoed tot huishoudproducten, is gemaakt van plastic. Plastic is een sterk en goed vormbaar materiaal, maar de productie van nieuw plastic gebruikt fossiele grondstoffen, veroorzaakt uitstoot van broeikasgassen en kan bijdragen aan chemische vervuiling.

Het gebruik van gerecycled plastic helpt ons de milieu-impact van onze producten te verkleinen. In samenwerking met onze leveranciers verkennen we hoe we vaker gecertificeerde gerecyclede kunststoffen kunnen inzetten. We zien dit als een belangrijke stap en beoordelen de mogelijkheden per productgroep. Zo hebben we bijvoorbeeld de overstap gemaakt van conventioneel naar gerecycled plastic in onze diamond painting-producten en verzendzakken.



Papier & hout

Van boeken en puzzels tot knutselspullen en cadeaupapier: papier is een veelgebruikt materiaal in ons assortiment. De productie ervan, van hout of stro via pulp naar papier, kost veel energie en water en kan vervuiling veroorzaken door chemicaliën en uitstoot van broeikasgassen. Ontbossing voor houtpulp draagt bovendien bij aan klimaatverandering en verlies van biodiversiteit.

Het FSC®-keurmerk garandeert dat hout en papier afkomstig zijn uit verantwoord beheerde bossen, met oog voor mens, dier en natuur. Door FSC-gecertificeerd

papier in te kopen dragen we bij aan het beschermen van bossen en het voorkomen van ontbossing. Ons streven is om uitsluitend FSC-gecertificeerd papier te gebruiken.

Ook recycling maakt een groot verschil: het verlaagt de impact en voorkomt onnodige houtkap. Daarom kijken we voortdurend naar mogelijkheden om gerecycled papier in te zetten. Die overgang realiseren we geleidelijk, in nauwe afstemming met onze leveranciers, want de mogelijkheden verschillen per product en per partner.

Hout gebruiken we onder andere in woondecoratie, speelgoed en knutselartikelen. Ons streven is om uitsluitend FSC-gecertificeerd hout in te kopen. Voor zowel hout als papier is ontbossing een risico. Ontbossing draagt bij aan klimaatverandering, en dat is precies waarom de Europese wetgeving EUDR tot stand is gekomen.



Ons licentienummer is FSC® N004463

[Lees meer over FSC](#)



European Deforestation Regulation (EUDR)

De EUDR bouwt voort op de eerdere EU Timber Regulation (EUTR), die gericht was op het tegengaan van illegale houtkap. Waar de EUTR alleen over hout ging, kijkt de EUDR breder. De verordening omvat zeven zogenoemde "Deforestation Risk Commodities": runderen (vee), cacao, koffie, oliepalm, rubber, soja en hout. Ook afgeleide producten zoals chocolade, banden en meubels vallen onder de wet. Bedrijven moeten kunnen aantonen dat hun producten niet afkomstig zijn van recent ontboste gebieden en dat ze geproduceerd zijn volgens de wetgeving van het land van herkomst.

Wetgeving:

Bossen zijn onmisbaar voor het klimaat, voor de biodiversiteit en voor de miljoenen mensen die er van afhankelijk zijn. Toch verdwijnen er wereldwijd nog altijd grote oppervlaktes bos om plaats te maken voor landbouw en grondstofwinning. De European Union Deforestation Regulation (EUDR) moet dat tegengaan.

In 2025 werkten wij met drie van deze risicogroundstoffen: hout, cacao en rubber. Onze eerste focus lag op hout en houtgerelateerde producten, zoals papieren schriftjes en servetten.



Voor het merendeel van deze producten zijn wij namelijk de eerste marktdeelnemer binnen de Europese Unie. Dat brengt een bijzondere verantwoordelijkheid met zich mee: wij zijn als eerste aan zet om de due diligence uit te voeren.

Dit houdt concreet in dat wij aantonen dat onze producten legaal zijn en niet bijdragen aan ontbossing, bosdegradatie of schending van de rechten van inheemse volkeren. Dat vraagt om gedetailleerde informatie over de herkomst van onze grondstoffen: het land, het specifieke productiegebied en de betrokken gemeenschappen. Vervolgens brengen we de risico's in kaart. Wanneer we een risico vaststellen, nemen we maatregelen om dat risico te beperken of weg te nemen voordat het product op de markt komt.

Onze aanpak

We zijn in 2025 stap voor stap te werk gegaan. Eerst wilden we goed begrijpen wat de wet van ons vraagt. We hebben gekeken wat er binnen de scope valt, geïnventariseerd welke informatie al beschikbaar was, en het gesprek aangegaan met onze agenten en leveranciers: zijn zij op de hoogte en wat kunnen zij aanleveren?

Vervolgens hebben we een pilot uitgevoerd bij verschillende agenten. Hoe komen we op de manier die wij voor ogen hebben aan alle informatie? Welke gegevens zijn lastig te verkrijgen? En hoeveel risico's zien we? Met die inzichten hebben we ook onze inkopers voorbereid op de inkoopreis: waar moet je op letten?

Zo kregen we een eerste beeld: wat weten we, wat missen we, en met wie moeten we samenwerken om verder te komen?

Due diligence

Voor onze due diligence brengen we de volledige leveranciersketen in kaart. We gebruiken daarvoor bedrijfscertificaten, FSC-certificaten, facturen en transportdocumenten. De FSC Chain of Custody helpt ons om de hele keten zichtbaar te maken. Aangevuld met productinformatie en productspecificaties vormt dit de basis van onze risicoanalyse. Die risicoanalyse bouwen we op vanuit vier niveaus.

Op landniveau analyseren we waar het hout vandaan komt, aan de hand van een beoordelingsmatrix met factoren als de hoeveelheid bos in een land, het risico op ontbossing, de aanwezigheid van inheemse volkeren en de kwaliteit van landdeals.

Op het niveau van de leveranciersketen kijken we naar de complexiteit: hoeveel schakels zitten er in de keten, zijn er transitielanden betrokken, en met hoeveel landen hebben we te maken?

De analyse op boomsoort en materiaal baseren we op de WWF Species Risk Tool.

Die identificeert boomsoorten die risicovol zijn door overexploitatie of kwetsbaarheid. Soorten die veel verhandeld worden in landen met een hoog risico op illegale houtkap krijgen een extra risicoscore.

Tot slot beoordelen we of alle documenten correct en volledig zijn aangeleverd en of elk product volledig traceerbaar is, inclusief de geolocatie.

Uitdagingen

We liepen in 2025 tegen flinke uitdagingen aan. De wetgeving was nog in beweging, waardoor het lastig was om processen definitief in te richten. Het uitvoeren van één risicoanalyse bleek tijdrovend, vooral het controleren van al het bewijsmateriaal was arbeidsintensief. Daarnaast vroeg het informeren van leveranciers over de wetgeving veel tijd en aandacht.



Vervolgstappen 2026

Eind 2025 werd bekendgemaakt dat de wetgeving voor grote bedrijven met één jaar is uitgesteld. Die extra tijd willen we goed benutten. We maken onze processen efficiënter, bouwen een database op van goedgekeurde leveranciers en onderzoeken hoe we de processen kunnen integreren in tex.tracer. Op dit moment werken we nauw samen met tex.tracer om het systeem in te richten. Dit gaat het proces een stuk efficiënter maken.

Daarnaast investeren we in kennisontwikkeling. Via gerichte trainingen leren we intern meer over ontbossing, bosdegradatie en FPIC (Free, Prior and Informed Consent). Ons due diligence-beleid zetten we verder op papier en houden we actueel, inclusief een jaarlijkse herziening van de algemene risicoanalyse. We blijven in gesprek met onze agenten via maandelijkse updates en bereiden ons systeem voor zodat we volgend jaar kunnen rapporteren zoals de wetgeving voorschrijft.

Interview: Stan en Stella, FSC® Nederland

Stan is netwerkmanager houtimport bij FSC Nederland en specialist op het gebied van de EUDR. Stella is trademark manager en begeleidt organisaties bij het correct en betrouwbaar toepassen van het FSC-keurmerk. Samen vertellen zij over hun werk, de meerwaarde van FSC-certificering en de rol die het speelt nu de Europese regelgeving rond ontbossing verandert.

Wat houdt jullie rol bij FSC in?

Stan: "Ik ben netwerkmanager houtimport en daarmee de contactpersoon voor partners en certificaathouders in deze sector. Naast dat klantcontact werk ik aan projecten om duurzaam hout te stimuleren, van tuinhout tot draglineschotten. Houtimporteurs krijgen ook te maken met wetgeving als de EUTR en, vanaf eind 2026, de EUDR. Wij begeleiden de sector daarin en zijn vanuit FSC Nederland nauw betrokken bij voorlichting. Samen met collega Arjan Alkema ben ik specialist voor de EUDR."

Stella: "Als trademark manager ben ik het eerste aanspreekpunt voor organisaties die het FSC-keurmerk promotioneel willen gebruiken, maar zelf geen certificaathouder zijn in de handelsketen. Ik begeleid organisaties door het volledige traject: van de eerste

aanvraag, via het opstellen van de promotionele keurmerkovereenkomst, tot en met de correcte toepassing conform de internationale richtlijnen. Mijn rol is inhoudelijk en strategisch: ik zorg ervoor dat het keurmerk betrouwbaar blijft en tegelijkertijd praktisch toepasbaar is."

Wat drijft jullie en waar zijn jullie trots op?

Stan: "Voordat ik bij FSC Nederland kwam, was ik 24 jaar actief in de internationale handel in tropisch hardhout voor de infra- en GWW-sector. Na al die jaren wilde ik meer doen met mijn kennis en die inzetten voor duurzaam bosbeheer. Ik heb met eigen ogen gezien wat FSC-certificering betekent voor een gemeenschap. Duurzame certificering is de enige manier om mensen daar een inkomen te geven met behoud van het bos. Brengt het bos geen geld op, dan verdwijnt het voor iets anders dat wel geld oplevert, want mensen leven daar in relatieve armoede en moeten ergens van eten."

Stella: "Werken voor FSC betekent voor mij bijdragen aan een internationaal systeem dat verantwoord bosbeheer borgt via duidelijke standaarden en controleerbare toepassingen."

"Ik ben trots op de verdere professionalisering en groei van het promotionele keurmerksysteem in Nederland de afgelopen jaren. Hoe meer bedrijven meedoen, hoe zichtbaarder het keurmerk wordt. Daardoor is FSC niet alleen bekender geworden bij de consument, maar vooral inhoudelijk sterker onderbouwd. Dat draagt direct bij aan de betrouwbaarheid van duurzame claims in de markt."

Wat is de meerwaarde van FSC voor een product?

Stella: "De meerwaarde zit in aantoonbare herkomst en geborgde ketentransparantie. Een FSC-gecertificeerd product betekent dat het hout of papier afkomstig is uit verantwoord

beheerde bossen, met aandacht voor biodiversiteit, lokale gemeenschappen en economische duurzaamheid. Voor bedrijven biedt FSC een internationaal erkend systeem met controleerbare standaarden. Dat een bedrijf zoals Wibra, dat zelf als keurmerklicentiehouders niet in de handelsketen zit, toch op een gecontroleerde manier over het FSC-keurmerk kan communiceren, biedt consumenten duidelijkheid en vertrouwen."



Stan en Stella FSC® Nederland



Hoe kijkt FSC aan tegen de impact van de EUDR op wereldwijde bosbescherming?

Stan: "De EUDR is, als deze goed wordt nageleefd, heel belangrijk. Op dit moment vindt er alleen controle op hout plaats, terwijl houtkap zo'n 6% uitmaakt van de jaarlijkse ontbossing. Soja, palmolie en veeteelt zijn samen goed voor zo'n 75%. Het is als houtspecialist geweldig om te zien dat de EU wereldwijd inzet op het behoud van bossen. Er is nog een lange weg te gaan, want ook onder de EUDR kan er in eerste instantie nog veel misgaan; de controle is beperkt, zo'n 3%. Maar het feit dat de regels er zijn, dat er rekening gehouden moet worden met inheemse bevolkingen en behoud van bos, is geweldig en zal bijdragen aan een grote verbetering."

Hoe ziet de toekomst van certificering eruit in relatie tot de EUDR, en welke rol kan FSC daarbij spelen?

Stan: "Certificering speelt een mooie mitigerende rol bij de EUDR. Je mag niet zomaar zeggen: het is FSC, dus het is oké. Je moet eerst zelf de handelsketen inzichtelijk hebben, de risico's kennen in het land van oorsprong en in de keten die het product aflegt, en weten aan welke wetten het product moet voldoen in het land van herkomst. Als

'Verder wil ik Wibra complimenteren: het is geweldig om te zien hoe jullie werken aan duurzaamheid in de keten en jullie verantwoordelijkheid nemen. Keep up the good work!'

je dat in beeld hebt en een goed due diligence-systeem hebt ingericht, met duidelijke verantwoordelijkheden, jaarlijkse evaluatie en vastgelegde maatregelen bij misstanden, dan kan certificering de documenten en bewijzen leveren om aantoonbaar aan de EUDR te voldoen. Auditrapporten tonen aan dat alles gecontroleerd is. Zelf is het wel noodzakelijk om een set documenten te hebben die de legaliteit bewijzen."

Wat zijn veelvoorkomende uitdagingen voor organisaties die werken met het FSC-keurmerk?

Stella: "De grootste uitdaging is vaak het volledig begrijpen en correct toepassen van de richtlijnen rondom keurmerkgebruik. Wanneer bedrijven een FSC-certificaat behalen of een promotionele keurmerkovereenkomst afsluiten, vraagt het werken met

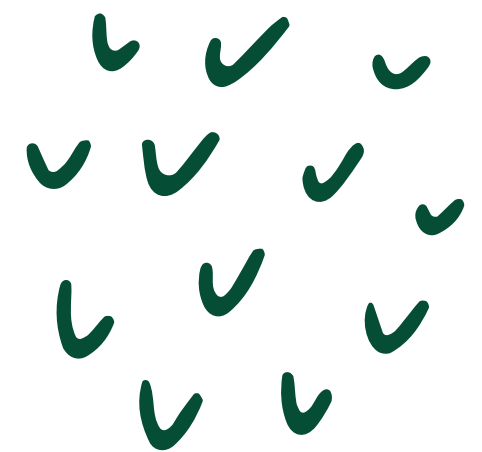
gecertificeerde producten om interne afstemming tussen inkoop, productontwikkeling en communicatie. Pas wanneer die kennis en verantwoordelijkheid goed zijn geborgd, is correcte toepassing beheersbaar."

Welke boodschap willen jullie meegeven aan Wibra en haar stakeholders?

Stella: "Door te kiezen voor FSC-gecertificeerde producten en dit actief onder de aandacht te brengen van de consument, ondersteunt Wibra een systeem waarin verantwoord bosbeheer, biodiversiteit en respect voor lokale gemeenschappen centraal staan. Duurzaamheid vraagt om transparantie en zorgvuldigheid in de keten. FSC biedt daarvoor het internationale kader en de controlemechanismen. Wanneer bedrijven en consumenten daarin samen optrekken, ontstaat blijvende impact."

Stan: "Voor de EUDR adviseer ik Wibra om het pakket aan wijzigingen dat de EU eind april 2026 voorstelt even af te wachten. Mijn advies is om je aanvullend te laten certificeren volgens de FSC Regulatory Module en je leveranciers te vragen hetzelfde te doen. Betrek ook de hele keten bij het gebruik van FSC-Trace. Als vanaf de bron alle gegevens in FSC-Trace staan, beschikt iedereen over de juiste documenten."

Stan en Stella FSC® Nederland



Ecodesign for Sustainable Product Regulation (ESPR)

Wetgeving:

De Ecodesign for Sustainable Products Regulation (ESPR) stimuleert bedrijven om producten duurzamer en circulairder te ontwerpen en te produceren. De focus ligt op producteisen rondom levensduur, repareerbaarheid, materiaalgebruik en recyclebaarheid. Voor ons sluit deze wetgeving aan bij onze eigen ambities.

Zo zijn we in 2024 gestart met ons eco-designproject: een uitgebreide materiaal-nulmeting van de materialen in onze kleding- en textielcollecties. Dit inzicht vormt een belangrijke basis voor verdere verduurzaming. In 2025 hebben we dit verder aangescherpt. We hebben de eerste stappen gezet richting duurzamere materialen, waaronder GRS-gecertificeerd polyester, katoen en polyamide. Belangrijke eerste bouwstenen die ons helpen om producten beter geschikt te maken voor recycling en ons stap voor stap dichterbij het uiteindelijke doel brengen: volledig circulaire producten.

Digitaal Productpaspoort (DPP)

Een belangrijk onderdeel van de ESPR is het Digital Product Passport (DPP). Het DPP maakt informatie toegankelijk voor consumenten die voorheen verspreid was over leveranciers, certificaten en interne systemen. Denk aan materiaalsamenstelling, herkomst en productiestappen, onderhoudsinstructies en recycle-informatie aan het einde van de levensduur.

Achter dat digitale label schuilt een grote interne beweging. Systemen moeten met elkaar communiceren. Materiaaldata moet kloppen tot op vezelniveau. We scherpen

processen aan zodat informatie niet alleen beschikbaar is, maar ook controleerbaar en verifieerbaar.

Het DPP wordt vanaf 2027 stapsgewijs verplicht voor meerdere productgroepen, waaronder kleding en textiel. We willen daar ruim op tijd klaar voor zijn en zijn daarom gestart met een eerste pilot. Samen met een select aantal leveranciers testen we datastromen, documentatievereisten en systeemkoppelingen. Zo kunnen we leren, processen optimaliseren en in 2027 een vliegende start maken.



Onverkochte voorraden

Binnen de ESPR geldt vanaf 2025 een rapportageverplichting over de vernietiging van onverkochte voorraden. Vanaf 2026 wordt het vernietigen van onverkochte textielproducten bovendien verboden.

Bij Wibra sturen we sterk op efficiënte inkoop en voorraadbeheer. Door jarenlange ervaring weten onze inkopers doorgaans goed hoeveel producten nodig zijn, waardoor we nauwelijks met onverkochte voorraden te maken hebben. Wanneer producten niet direct uitverkopen, bieden we ze eerst via verschillende sale-rondes aan, zodat ze alsnog bij een klant terechtkomen.

Als producten niet meer via de reguliere verkoopkanalen verkocht worden, zoeken we actief naar alternatieven. In de tweede helft van 2025 hebben we daarom textiel geschonken aan verschillende initiatieven. Via Textiel Collect doneerden we circa 7 pallets witte truien (ongeveer 1.333 kg, circa 2.922 stuks) die niet door onze kwaliteitskeuring kwamen. Daarnaast gaven we 18 pallets babyvoetenzakken weg (circa 3.510 stuks) in verband met een mogelijke productgelijkenis met een product van een andere retailer.

We doneren ook regelmatig producten uit onze monsterkamer aan GiftCity in Zwolle, zodat ook die producten een nieuwe bestemming krijgen.

Met deze aanpak voorkomen we vernietiging, in lijn met de toekomstige Europese regelgeving en onze eigen ambitie om verspilling te minimaliseren.

Green Claims Directive

Als we iets 'duurzaam' noemen, moet dat kloppen. De Green Claims-richtlijn is bedoeld om misleidende duurzaamheidsclaims en labels tegen te gaan. De geplande onderhandelingen over deze wetgeving in 2025 zijn geannuleerd, waardoor het voorstel niet verder wordt behandeld. Ondertussen zet de Europese Unie andere instrumenten in om consumenten te beschermen tegen misleidende groene claims, waarvan de belangrijkste de Empowering Consumers for the Green Transition Directive (ECGT) is. Deze richtlijn sluit aan bij bestaande regels voor consumentenbescherming en stelt strengere eisen aan milieuclaims door onduidelijke of misleidende uitingen te verbieden en een duidelijke onderbouwing te verplichten.

Voor ons betekent dit dat we kritisch kijken naar hoe we communiceren, op hangtags, online, in campagnes en op verpakkingen. Wat voor een klant soms één korte zin is, bijvoorbeeld over gerecycled materiaal, vraagt intern om een stevig fundament. Kloppen de percentages? Is de certificering geldig? Geldt de claim voor het hele product of alleen voor een onderdeel? En kunnen we dit aantonen als daarom wordt gevraagd?



Claims moeten:

- | Specifiek en duidelijk zijn
- | Onderbouwd met bewijs
- | Niet misleidend of overdreven
- | Transparant over hun reikwijdte

Dat vraagt om nauwere samenwerking tussen inkoop, kwaliteit, MVO en marketing. Een claim is geen losse marketinguiting meer, maar het eindresultaat van data, documentatie en interne controle.

We zien de ECGT niet als beperking, maar als kans. Een kans om vertrouwen te versterken. Een kans om transparantie structureel te verankeren in onze processen. En een kans om duurzaamheid niet alleen in onze producten, maar ook in onze woorden zorgvuldig vorm te geven.

**De nieuwe regels maken duidelijk
dat algemene termen zonder toelichting
niet langer volstaan**



Verpakkingen

Wetgeving:

Verpakkingen beschermen onze producten, maar de productie en het afval ervan belasten het milieu. Daarom is de Packaging and Packaging Waste Regulation (PPWR) opgesteld. Deze Europese wetgeving vervangt de bestaande regels voor verpakkingen en verpakkingsafval en harmoniseert de regelgeving binnen de EU.

De PPWR heeft meerdere doelstellingen. Er moet minder verpakkingsafval ontstaan, door preventie, het beperken van onnodige verpakkingen en het stimuleren van herbruikbare en navulbare oplossingen. Daarnaast zet de PPWR in op meer en betere recycling: alle verpakkingen moeten in 2030 recyclebaar zijn en een hoger aandeel gerecycled materiaal bevatten. Ook zorgt de wetgeving voor uniforme EU-regels, onder andere op het gebied van etikettering, lege ruimte in verpakkingen en verplichte gerecyclede inhoud. Kortom: duurzamere en veilige verpakkingen, met duidelijke en gelijke regels in heel Europa.

In 2025 zijn we gestart met het in kaart brengen van de recyclebaarheid van onze verpakkingen. We zijn begonnen met Dasty, vanwege het grote volume en de impact die we hiermee kunnen realiseren. We hebben gekeken naar het gebruik van monomateriaal, de grootte van de etiketten en de kleuren van onze flessen, omdat ook die factoren de recyclebaarheid beïnvloeden. Op verschillende punten zijn we al goed op weg: het merendeel van onze flessen bestaat uit monomateriaal en onze etiketten zijn niet te groot. Tegelijkertijd zien we dat er verbeteringen mogelijk zijn. In 2026 blijven we hierover in gesprek met onze leveranciers en brengen we in kaart welke vervolgstappen haalbaar zijn. De inzichten die we opdoen, nemen we mee in de optimalisatie van onze overige verpakkingen.



Kwaliteit

Onze visie op kwaliteit

Bij Wibra staat kwaliteit voorop. Dat gaat voor ons verder dan voldoen aan wet- en regelgeving. Het gaat om producten die veilig en betrouwbaar zijn, zodat onze klanten met een gerust hart bij ons winkelen. Zorgvuldige controles en duidelijke processen vormen de kern van ons werk. Mocht er onverhoopt iets misgaan, dan handelen we direct.

GPSR en productprotocollen

In 2025 werkten we bij Wibra officieel een jaar lang volgens de nieuwe GPSR-wetgeving (General Product Safety Regulation), die in december 2024 van kracht werd als vervanger van de GPSD (General Product Safety Directive). De GPSR stelt strengere eisen: risicoanalyses uitvoeren, technische documentatie bijhouden en duidelijke gebruiks- en veiligheidsinformatie geven.

Wat betekent dit concreet? Wij besteden continu aandacht aan de naleving van veiligheidseisen, signaleren risico's vroegtijdig en nemen direct maatregelen wanneer dat nodig is. In samenwerking

met adviesbureau Précon Consulting Group B.V. hebben we productprotocollen opgesteld voor al onze productcategorieën. Die protocollen bieden per producttype heldere richtlijnen met betrekking tot geldende wet- en regelgeving, bijbehorende testvereisten en de vereiste waarschuwingen en markeringen voor zowel product als verpakking. Zo weet elke stakeholder precies waaraan een product moet voldoen.

Restricted Substances List (RSL)

Onze producten moeten veilig en verantwoord zijn. Voor de productgroep kleding en textiel (inclusief accessoires en verpakkingen) werken we daarom met een Restricted Substances List (RSL): een lijst van stoffen die verboden of slechts beperkt toegestaan zijn. Samen met een chemisch expert van brancheorganisatie Modint hebben we deze lijst dit jaar vernieuwd, zodat deze volledig aansluit op de nieuwste wet- en regelgeving.



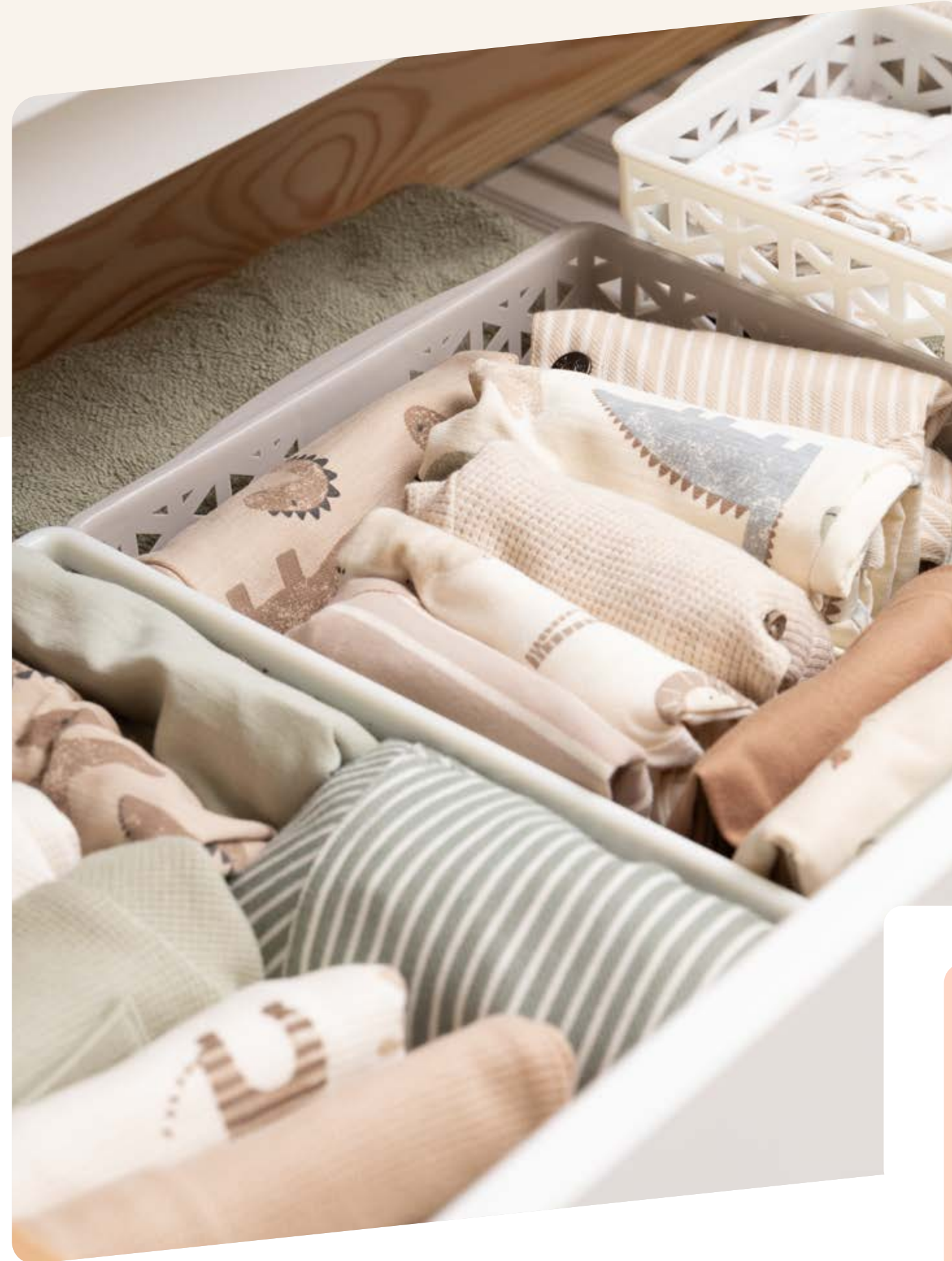
Ingangscontroles van newborn- en babykleding

De veiligheid van onze baby- en kinderkleding vinden wij extra belangrijk; daarom voeren we steekproefsgewijs een extra interne controle uit vóór verkoop. Ontdekken we dat een product niet aan onze veiligheidseisen voldoet, dan zoeken we naar een passende oplossing en zorgen we ervoor dat het pas wordt verkocht wanneer het aan onze vereisten voldoet.

Soms kan een veiligheidsdefect, zoals loszittende knoopjes die verstikkingsgevaar kunnen veroorzaken, eenvoudig worden opgelost door de knoopjes te verwijderen. In dat geval verkopen we het product als B-keus. Kleine aanpassingen doen we in samenwerking met werkleerbedrijf Lucrato, onze externe partner.

Kan een probleem niet worden opgelost, dan gaat het product niet naar de winkel om elk mogelijk risico voor de klant uit te sluiten. We zorgen er daarbij altijd voor dat kleding niet onnodig wordt vernietigd en werken aan oplossingen om deze producten een tweede leven te geven.

Als blijkt dat een product niet aan de veiligheidseisen voldoet, gaan we in gesprek met onze leveranciers. Samen achterhalen we wat er misging en hoe we het in de toekomst voorkomen, bijvoorbeeld door aanpassingen aan machine-instellingen of investeringen in nieuwe apparatuur. Zo werken we samen aan veiligere en betere kleding voor iedereen.



Terugroepingen

Ook al controleren we zorgvuldig, het kan voorkomen dat een product achteraf toch niet aan onze eisen voldoet. In dat geval nemen we onze verantwoordelijkheid en ondernemen we direct actie. Veiligheid staat bij ons altijd voorop.

Wanneer dat nodig is, halen we een product uit de winkels en informeren we klanten duidelijk over de terugroepactie. Zo voorkomen we dat producten die mogelijk niet veilig zijn nog worden gebruikt.

Wekelijkse updates van wereldwijde terugroepingen

Daarnaast monitoren we actief terugroepacties van andere retailers. Wekelijks volgen we meldingen van productrecalls en delen we deze intern, om de bewustwording binnen de organisatie te vergroten. Zo blijven we alert op mogelijke risico's bij vergelijkbare producten en kunnen we ons assortiment waar nodig aanvullend controleren of laten testen.

Wat gaan we doen in 2026?

Veiligheid blijft een prioriteit. We zetten in op interne trainingen en workshops om collega's risicogericht te laten denken bij productontwikkeling en inkoop. Daarnaast integreren we kwaliteit en productveiligheid verder in de Wibra Academy, zodat kennis hierover breed binnen de organisatie wordt gedeeld. Want veilige producten maak je niet alleen op de kwaliteitsafdeling, maar in elke schakel van het proces.

Dragen en verzorgen

De gebruiksfase is een bepalende fase in de levenscyclus van een kledingstuk. Of het nu gedragen wordt naar school, werk, op reis of thuis, juist in deze periode wordt de daadwerkelijke impact zichtbaar. De manier waarop een product wordt onderhouden, denk aan wassen, drogen en repareren, heeft directe invloed op het energie- en waterverbruik en op de totale levensduur. Kleine keuzes in gebruik en verzorging maken gezamenlijk een aanzienlijk verschil.

Clevercare

Duurzaamheid gaat voor ons verder dan het inkopen van betere materialen. De grootste impact van kleding ontstaat vaak na aankoop, tijdens het wassen, drogen en onderhouden. Daarom zijn wij sinds 2025 aangesloten bij Clevercare.

Clevercare helpt consumenten bewuster om te gaan met hun kleding. Met praktische tips over wassen, drogen en strijken laten zij zien hoe kleding langer mooi blijft en hoe de milieu-impact omlaag kan. Minder heet wassen, vaker luchten in plaats van wassen, drogen aan de lijn in plaats van in de droger: kleine aanpassingen met een groot effect.

Sinds 2025 staat het Clevercare-logo op het carelabel van al onze kleding- en textielproducten. Daarnaast zijn wij officieel Clevercare Ambassadeur. We nemen daarmee niet alleen verantwoordelijkheid voor het product dat we verkopen, maar ook voor wat er daarna gebeurt. Daarom delen we online tips voor het behoud van kleding.

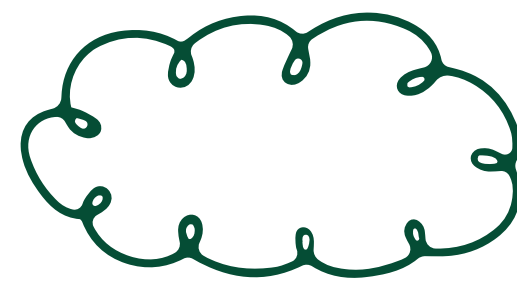
Met Clevercare maken we duurzaamheid concreet en toegankelijk. Door kleding slimmer te verzorgen bespaar je niet alleen energie en water, maar ook geld. Zo laten we zien dat duurzaamheid niet duur hoeft te zijn en dat bewuste keuzes mogelijk zijn voor iedereen, ook voor de consument met een kleinere portemonnee.

Langere levensduur

In 2025 hebben we een kleine toevoeging gedaan met een grote boodschap. In onze kinderjassen hebben we een extra label geplaatst dat ouders en kinderen stimuleert om de jas niet weg te gooien wanneer die te klein wordt, maar door te geven aan een broertje, zusje of iemand anders in de omgeving.

Kinderkleding wordt vaak nog in goede staat vervangen omdat kinderen eruit groeien. Juist daar ligt een kans. Met dit label maken we consumenten op een positieve manier bewust dat weggooien niet de enige optie is. Doorgeven, hergebruiken en langer dragen zijn eenvoudige stappen met een grote impact.

Wij geloven dat de meest duurzame keuze vaak ook de simpelste is: een product zo lang mogelijk gebruiken. Met dit soort kleine, praktische aanpassingen zetten we samen met onze klanten stappen richting een meer circulaire manier van consumeren.





Pijler 3

Samenwerken aan de toekomst



Herbruiken en recyclen

Elk kledingstuk bereikt op een gegeven moment het einde van de gebruiksfase. Dat hoeft niet het einde van de levenscyclus te betekenen. Textiel kan, als het op de juiste manier wordt ingezameld en verwerkt, een nieuwe bestemming krijgen. Via hergebruik, recycling tot nieuwe vezels of toepassing in andere producten.

Wij nemen verantwoordelijkheid voor de fase na gebruik. We werken samen met inzamelpartners, passen gerecyclede materialen opnieuw toe in onze collecties en ontwerpen producten steeds beter recyclebaar. Zo werken we aan het verder sluiten van de keten.

Op die manier verlengen we de levensduur van textiel en stimuleren we dat materialen hun waarde behouden, ook na de eerste gebruiksfase.



UPV

Sinds 1 juli 2023 geldt in Nederland de uitgebreide producentenverantwoordelijkheid (UPV/EPR) voor textiel. Dat betekent dat producenten, importeurs en merken niet alleen verantwoordelijk zijn voor het verkopen van kleding, maar ook voor wat er daarna mee gebeurt. Van inzameling tot hergebruik en recycling, de hele levenscyclus van textiel valt onder deze verantwoordelijkheid.

Concreet betekent dit dat bedrijven jaarlijks rapporteren hoeveel kilo kleding en textiel ze op de markt brengen. Ze zijn financieel en organisatorisch verantwoordelijk voor de inzameling, het hergebruik en de recycling van afgedankte producten. Daarnaast moeten ze doelstellingen behalen voor hergebruik en recycling, en aangesloten zijn bij een organisatie zoals Stichting UPV Textiel, of dit individueel organiseren.

Het doel: de textielsector circulair maken, afval verminderen en hergebruik en recycling stimuleren. Zo wordt het eigenaarschap van kleding een gezamenlijke verantwoordelijkheid, van producent tot consument.

Bij Wibra sluit dit perfect aan bij onze eigen ambities. Daarom zijn wij actief betrokken bij Stichting UPV en nemen we deel aan de communicatiewerkgroep. Via die werkgroep dragen we actief bij aan hoe de sector met consumenten communiceert over textielhergebruik. Zo werkten we mee aan de landelijke campagne 'Niet dumpen, wel droppen'. In deze campagne neemt Texxie, de mascotte, consumenten mee op reis: waar kun je je oude kleding inleveren en wat gebeurt er daarna mee? In al onze winkels zijn posters van deze campagne te vinden, waarmee we klanten stimuleren om hun kleding een tweede leven te geven.

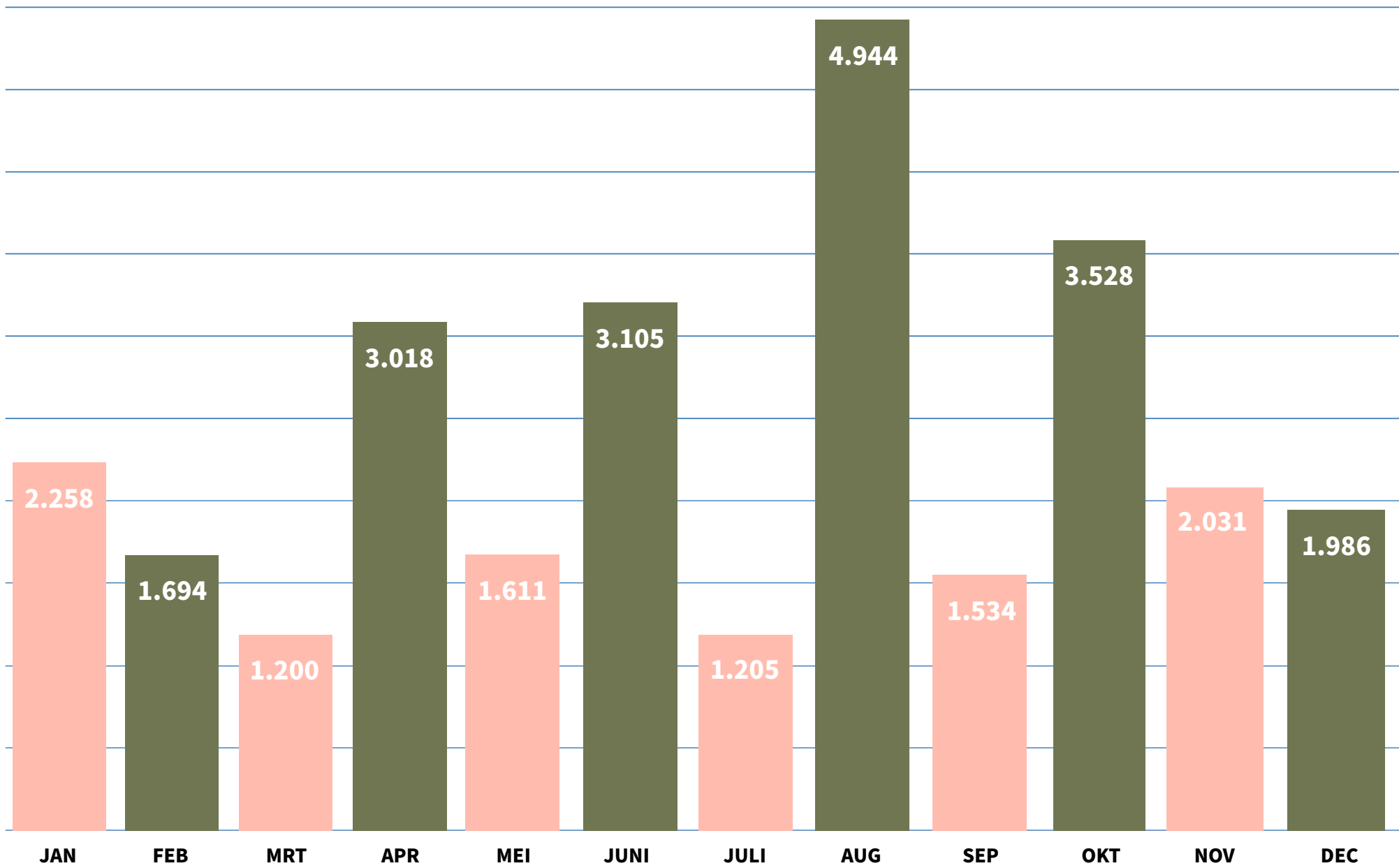
Deze aanpak sluit ook aan bij onze samenwerking met Sympany, waarmee we oude kleding inzamelen in al onze Wibra-winkels. Zo maken we samen met onze klanten concreet werk van een circulaire textielketen.



Sympany

Samen met Sympany geven we zo veel mogelijk kleding en textiel een tweede leven, via hergebruik of recycling. Deze samenwerking helpt ons om textielafval te verminderen en te voldoen aan de regels rondom de uitgebreide producentenverantwoordelijkheid (UPV) voor textiel.

Maandoverzicht ingezameld textiel 2025 (kg)



2025 was het eerste volledige jaar dat we textiel inzamelden samen met Sympany

Het resultaat:

28.114 kg
ingezamelde textiel

300.819,8 KG CO₂
bespaard



Vodde

Om het cirkeltje rond te maken zijn we een samenwerking gestart met Vodde, een Nederlands bedrijf dat specialist is in circulaire textieloplossingen. Samen met Vodde en Sympany hebben we oude Wibra-bedrijfskleding verzameld en gerecycled tot iets nieuws: sokken.

En niet zomaar sokken, maar echte Wibra-sokken. We hebben deze sokken verdeeld onder al het Wibra-personeel. Zo komt hun oude bedrijfskleding weer bij ze terug, alleen dan in een andere vorm.

[Bekijk hier de video](#)



We zamelen veel meer kleding in dan enkel onze oude werkkleding. In onze kleding-inzamelbakken van Sympany verzamelen we ook de oude kleding van onze klanten. Die kleding geven we graag een nieuw leven. Daarom blijven we samenwerken met Vodde. De sokken die Vodde van de afgedankte kleding maakt, liggen vanaf eind 2025 in alle Wibra-winkels.



Upcycling

In 2025 zijn we gestart met een project dat we in 2026 verder uitrollen. Zoals beschreven in hoofdstuk 4 geldt er vanaf 2026 een verbod op de vernietiging van onverkochte voorraden binnen kleding en textiel. Om hierop voorbereid te zijn, kijken we naar initiatieven die vernietiging voorkomen. Zo onderzoeken we of we babykleding die om veiligheidsredenen niet verkocht kan worden, kunnen upcyclen. De inzichten gebruiken we om een proces in te richten dat vernietiging van onverkochte producten structureel voorkomt.

Interview: Patrick Welp, eigenaar Vodde

Patrick Welp is eigenaar van Vodde. We spraken hem over de samenwerking met Wibra en zijn visie op circulariteit.

Wat was de aanleiding om Vodde te starten, en hoe past de samenwerking met Wibra bij die missie?

"Vodde is gestart uit het besef dat wat we deden in de textielindustrie eigenlijk niet meer uit te leggen was. Het is niet logisch om volle velden met verse katoen te hebben en aan de andere kant bruikbare bergen afgedankt textiel te laten liggen. Dat besef kwam na jarenlang over de hele wereld textiel te hebben geproduceerd. Het ging kriebelen: de uitdaging om van 'waardeloos' weer waardevol te maken. We wilden echt het verschil maken. Technisch is dat niet makkelijk, dus onze ervaring was nodig: ontwikkelen, testen, terug naar de tekentafel, tot het uiteindelijk in een schaalbaar circulair product terugkwam. En dat is gelukt. Wibra past in deze visie. De herbouw en vernieuwde opzet van assortiment en winkels sluiten naadloos aan op wat Vodde realiseert: jezelf opnieuw uitvinden en excelleren in product en gebruik voor grootschalige retail, waardoor je klant blijvende binding houdt met het product en de winkel. Kortom, dubbel duurzaam."

Wat maakt de samenwerking met Wibra bijzonder? En wat zijn de belangrijkste succesfactoren?

"De bedrijfskledingpilot was gericht op het personeel van Wibra zelf. Je eigen mensen laten meemaken wat je kunt met afgedankt textiel, en het niet als een showcase laten passeren maar daadwerkelijk de ervaring meegeven. Dat heeft als effect dat medewerkers zelf ervaren wat circulaire producten kunnen doen als die weer terugkomen aan je voeten. Dan kun je ook makkelijker je klanten en anderen meegeven wat voor positief effect dat heeft. Best slim van ze, bij Wibra!"

"De succesfactor? Met beide benen op de grond samen iets realiseren uit niks, iets dat goed is en goed voelt. Dat begint met mensen aan tafel zetten die elkaar verstaan over wat ze willen vanuit Wibra en wat Vodde kan leveren."

Welke uitdagingen kom je tegen bij het recyclen van gedragen textiel?

"Gedragen textiel is vaak jarenlang blootgesteld aan allerlei stoffen: er is op geknoeid, parfum, deodorant, en het is vele malen in de wasmachine behandeld met zeep en siliconen. De buitenlaag is vaak verhard en versleten. Maak daar maar weer een mooi vezeltje van, dat is een aparte opdracht. Toch zijn we daar met Vodde in geslaagd."

Hoe belangrijk is het dat een retailer zoals Wibra zich actief committeert aan circulariteit?

"Voor de acceptatie van het nieuwe normaal, circulariteit, is het extreem belangrijk dat Wibra met haar grote bereik zich hieraan committeert. Want als Wibra het kan, dan moet het toch op meerdere plaatsen mogelijk zijn?"

Wat motiveert jou persoonlijk om samen met partijen zoals Wibra te werken aan circulaire oplossingen?

"Juist de uitdaging motiveert mij. Het discountkanaal is niet het makkelijkste, maar wel een plek waar je met de juiste aanpak veel mensen bereikt. Samenwerkingen met partijen zoals Wibra maken het mogelijk om circulariteit echt toegankelijk te maken. Want circulariteit is van iedereen en voor iedereen!"

Als je één boodschap mag meegeven aan andere retailers die willen starten met circulair textiel, wat zou dat zijn?

"Je consument wordt in stappen bewust en verantwoordelijk. Zorg dat jij hem bij de arm neemt in circulariteit en hergebruik. Op zo'n manier blijven je klanten je belangrijkste fans!"

Patrick Welp eigenaar Vodde



Wibra Academy

Leren & ontwikkelen binnen Wibra

De Wibra Academy is het online leerplatform voor collega's in onze winkels, distributiecentra en op kantoor. Hier vinden zij trainingen en opleidingen die helpen om het werk goed uit te voeren en om zichzelf verder te ontwikkelen. De Academy speelt daarnaast een belangrijke rol in de onboarding van nieuwe collega's. Via praktische en toegankelijke modules krijgt iedereen dezelfde basisinformatie en start iedere collega op een uniforme manier. Zo maken nieuwe medewerkers snel kennis met hun werk, onze werkwijze en de dagelijkse praktijk binnen Wibra.

We vinden het belangrijk om leren en ontwikkelen niet alleen te stimuleren, maar ook actief te faciliteren. Daarom volgen collega's verplichte trainingen die horen bij hun functie of vakgebied onder werktijd en op apparatuur van Wibra. Zo hoeven zij geen eigen device te gebruiken en ook geen eigen tijd te investeren. Op die manier maken we leren voor iedereen toegankelijk en haalbaar.

De Wibra Academy helpt ons om kennis, veiligheid en vakbekwaamheid binnen de organisatie verder te versterken. In onze distributiecentra werken we bijvoorbeeld met een interne trainer voor het behalen van het orderpicktruckcertificaat. Zowel de theorie als het praktijkexamen verzorgen we zelf. Zo zorgen we ervoor dat collega's die werken met gemotoriseerde voertuigen beschikken over de juiste kennis, vaardigheden en veiligheidscertificering.

Naast verplichte trainingen is er ook ruimte voor persoonlijke ontwikkeling. Collega's kunnen aanvullende trainingen en modules volgen om nieuwe vaardigheden te leren, zich verder te ontwikkelen binnen hun functie of door te groeien naar een volgende stap binnen Wibra.

Daarnaast zijn we in 2025 gestart met de voorbereidingen voor de implementatie van de Wibra Academy in België en Frankrijk. Deze uitrol staat gepland voor 2026. Ook werken we eraan om thema's als security, privacy en AI een vaste plek te geven binnen de Academy. Zo blijven we collega's ondersteunen in een werkomgeving die continu verandert.

In 2025 zagen we dat steeds meer collega's gebruikmaakten van de Wibra Academy. Daarmee stimuleren we een cultuur waarin leren, ontwikkelen en doorgroeien centraal staan. Zo dragen we bij aan de duurzame inzetbaarheid van collega's in onze winkels, distributiecentra en kantoren.

Meer dan
werken alleen



wibra
academy



Toegankelijkheid

Wetgeving: EU Accessibility Act

De Europese toegankelijkheidswet (EAA) is een EU-richtlijn die eisen stelt aan de toegankelijkheid van belangrijke producten en diensten. Zo wil de EU ervoor zorgen dat mensen met een beperking en ouderen beter mee kunnen doen. De richtlijn geldt sinds 28 juni 2025.

De EAA sluit aan bij het VN-Verdrag voor de rechten van mensen met een handicap en helpt om zowel digitale als fysieke omgevingen toegankelijker te maken. Dat is belangrijk voor mensen met een blijvende of tijdelijke beperking, maar ook voor ouderen die tegen praktische drempels aanlopen.

De richtlijn is van toepassing op een breed palet aan producten en diensten, met name die het meest relevant zijn voor mensen met een handicap. Denk onder andere aan: computers, geldautomaten, kassa's en openbaarvervoersdiensten.



In november 2024 vond de kick-off plaats van het project Pact Toegankelijk Winkelen van MKB-toegankelijk. Het doel: de winkelervaring verbeteren voor mensen met een beperking.

2025 stond in het teken van de winkelscan, waarin onze winkels zijn onderzocht op toegankelijkheid. Het zal niemand zijn ontgaan dat de Wibra-winkels in een nieuw jasje worden gestoken. Bij het ontwikkelen van deze nieuwe winkelinrichting is rekening gehouden met voldoende ruimte, duidelijke assortimentsaanduidingen en een verlaagd rolstoelkassablok. We vonden het belangrijk dat onze nieuwe inrichting goed onderzocht zou worden, maar we

wilden ook inzicht in de quick-wins voor onze winkels in de bestaande stijl, zodat we ook daar iets kunnen betekenen.

Onze winkels zijn gescand door Digitaal Toegankelijk, een partner die in 2025 is aangesloten bij dit project. Zij hebben, in samenwerking met Rob Verberne,

Wibra gescand op toegankelijkheid. Rob nam de fysieke scan voor zijn rekening. Hij kwam samen met zijn team van ervaringsdeskundigen een dag bij ons op bezoek. We hebben Rob gevraagd zijn ervaring te delen. Lees verder op pagina 57.



Onze nieuwe winkels houden fysiek al goed rekening met toegankelijkheid: voldoende ruimte in gangpaden, de (wereld)aanduiding die aangeeft waar producten te vinden zijn, en aangepaste schaphoogtes. Toch zijn er nog voldoende punten waar we op kunnen verbeteren. In onze oudere winkels is het soms lastiger. Daar kunnen we niet altijd obstakels wegnemen. De panden zijn soms monumentaal, of het winkeloppervlak is niet heel groot. In die gevallen helpen we mensen graag met winkelen en proberen we onze winkels toch toegankelijk te houden.

Naar aanleiding van de scan hebben we in 2025 concrete acties ondernomen. We hebben onze website aangepast zodat ook online iedereen een prettige winkelervaring heeft, met name op het gebied van navigatie. We hebben een toegankelijkheidsverklaring opgesteld die we online delen. We hebben een

trainingsmodule opgezet die via onze interne Wibra Academy beschikbaar is voor winkelmedewerkers. We besteden veel aandacht aan toegankelijkheid in ons interne WIJ-magazine. En we hebben omgevingsinformatie verzameld van al onze winkels, denk aan bereikbaarheid met OV, invalide parkeermogelijkheid en of er een rolstoelkassa beschikbaar is. Deze informatie publiceren we in 2026 op onze website.

We hebben het project in oktober afgesloten met een terugblik en het delen van onze ervaring. We willen MKB-toegankelijk, VNO-NCW MKB Nederland, Digitaal Toegankelijk en R'obuit bedanken voor de samenwerking en de inzichten waar we op verder bouwen.

Al met al hebben we in 2025 mooie stappen gezet waarmee we hopen dat iedereen prettiger bij ons winkelt. We blijven werken aan de toegankelijkheid van onze fysieke en digitale winkels.

Goede doelen & donaties



In 2025 hebben we 34 pallets aan sampleproducten gedoneerd aan Gift City.



Interview: Rob Verberne, R'obuit

Rob Verberne is adviseur toegankelijkheid bij R'obuit. Hij voerde samen met zijn team van ervaringsdeskundigen de fysieke winkelscan uit bij Wibra.

Waarom is toegankelijkheid voor jou zo belangrijk?

"Toegankelijkheid gaat voor mij over iets heel basaal: mee kunnen doen. Niet afhankelijk zijn van hulp, maar zelf naar binnen kunnen, rondkijken, iets kopen en weer naar buiten gaan. In mijn werk zie ik nog te vaak dat mensen onbedoeld worden buitengesloten. Door bijvoorbeeld een drempel, een te smalle doorgang, een onduidelijke indeling of te weinig contrast. Dat zijn over het algemeen geen grote, ingewikkelde problemen, maar ze hebben wel grote impact. Juist daarom vind ik het belangrijk. Met relatief kleine aanpassingen kun je voor veel mensen een wereld van verschil maken."

Waarom is dit ook belangrijk voor retailers?

"Toegankelijkheid is naast een sociale keuze en maatschappelijke plicht ook gewoon goed ondernemerschap. Als mensen je winkel niet in kunnen, of zich niet welkom voelen, lopen ze letterlijk langs je deur. Dat betekent gemiste klanten en gemiste omzet. Daarnaast speelt beleving een grote rol. Een winkel waar je prettig en zelfstandig kunt bewegen, voelt automatisch gastvrijer. Dat zorgt ervoor dat mensen langer blijven, vaker terugkomen en je aanbevelen. Toegankelijkheid is geen kostenpost. Het is een investering in je klanten en je bedrijf."

Wanneer voel jij je als klant echt welkom in een winkel?

"Ik voel me welkom als ik zelfstandig een winkel kan bereiken, naar binnen kan, mijn weg kan vinden, producten kan pakken en kan betalen. Daarnaast zit het verschil vaak in kleine dingen: vriendelijk en alert personeel, duidelijke routing, voldoende ruimte en een logische indeling. Het gaat niet om één grote aanpassing, maar om het totaalplaatje. Als alles klopt, voelt een winkel vanzelf welkom."

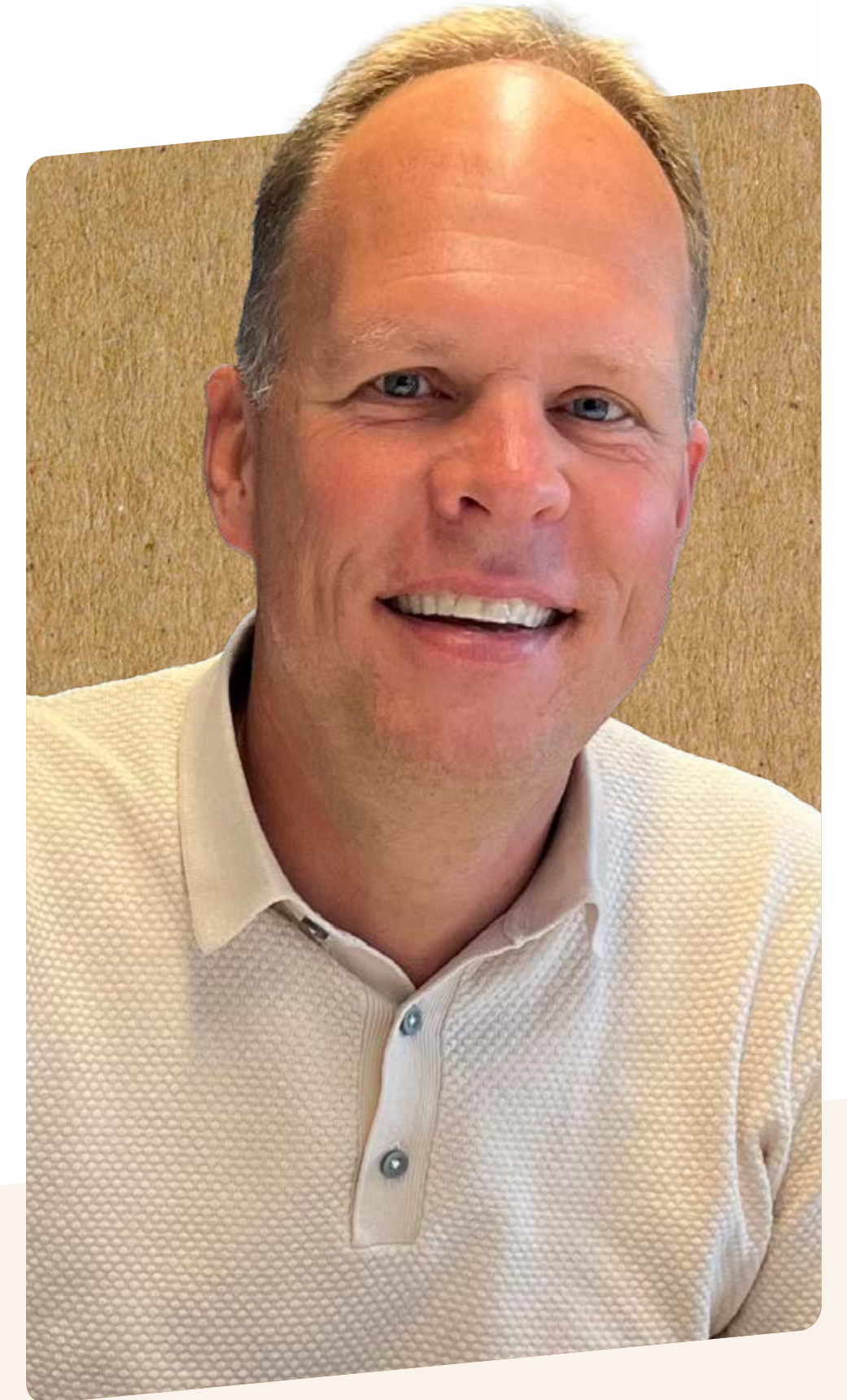
Je hebt bij Wibra de winkelscan uitgevoerd. Wat was je ervaring in onze winkels?

"Wat mij opviel, is dat er duidelijk aandacht is voor de klant. De basis is goed en er wordt zichtbaar nagedacht over de inrichting en uitstraling. Zeker bij het nieuwe concept, zoals in de winkel in Muiden. Tegelijkertijd zie je, zoals in veel winkels, dat toegankelijkheid nog niet

altijd vanzelfsprekend is in de details. Denk aan kleine obstakels, looproutes of praktische gebruikssituaties. Het mooie is dat juist daar de kansen liggen. Met relatief eenvoudige aanpassingen kun je de winkels voor een grotere groep klanten toegankelijker en comfortabeler maken."

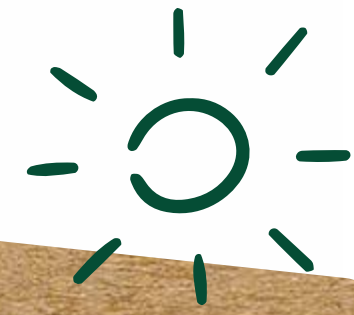
Als je één advies mag geven aan winkels om toegankelijker te worden, wat zou dat dan zijn?

"Kijk eens door de ogen van je klant. Loop je winkel binnen alsof je in een rolstoel zit, minder goed ziet of hoort, of slecht ter been bent. En stel jezelf de vraag: kan ik hier zelfstandig naar binnen, rondkijken en afrekenen? Alles waar je over twijfelt, is een kans om te verbeteren."



Rob Verberne, R'obuit adviseur toegankelijkheid bij R'obuit

Nawoord



Wie dit verslag leest, ziet vooral de stappen die we als organisatie hebben gezet. Maar achter iedere stap zit veel werk, afstemming en samenwerking. Verduurzaming gebeurt niet vanzelf en zeker niet van de ene op de andere dag.

2025 was voor ons een jaar waarin veel plannen daadwerkelijk praktijk werden. We behaalden onze GRS en RCS certificering, scherpsten ons eco design beleid verder aan en startten nieuwe samenwerkingen op rondom circulariteit en ketentransparantie. Zo zetten we samen met klanten verdere stappen richting circulariteit door in al onze winkels oude kleding en textiel in te zamelen voor hergebruik en recycling. Sinds de start van dit initiatief in 2024 zien we dat steeds meer klanten hieraan

bijdragen. Een mooie stap om samen verspilling tegen te gaan en materialen langer in gebruik te houden.

Tegelijkertijd leerden we ook hoeveel uitdagingen daarbij komen kijken. Nieuwe wetgeving zoals EUDR vraagt veel van organisaties. Data verzamelen kost tijd, processen moeten opnieuw ingericht worden en ook leveranciers moeten hierin meegenomen worden. Juist daarin zit voor ons de groei: blijven leren, verbeteren en samenwerken.

Voor mij zijn eerlijkheid en transparantie belangrijke uitgangspunten in alles wat we doen. Het gaat verder dan alleen ons MVO-team. Soms betekent dat ook dat je kritisch kijkt naar bijvoorbeeld bestaande communicatie. Het verwijderen van claims die we onvoldoende konden onderbouwen voelde daarom niet als een stap terug, maar juist als een bewuste keuze voor eerlijkheid en duidelijkheid.

Wat dit jaar opnieuw liet zien, is dat duurzaamheid geen taak is van één afdeling. Collega's van inkoop, kwaliteit, logistiek, marketing en de winkelvloer dragen hier allemaal aan bij. Daarnaast zijn samenwerkingen met partners en brancheorganisaties essentieel om stappen te kunnen blijven zetten.

In 2026 gaan we verder met de volgende fase. Meer inzicht in onze keten, verdere voorbereiding op nieuwe wetgeving en verdere stappen richting circulariteit zullen daarin centraal staan.

De weg vooruit is soms complex, maar de overtuiging blijft hetzelfde: iedere stap telt. Zeker als je die samen zet.



'Voor mij zijn eerlijkheid en transparantie belangrijke uitgangspunten in alles wat we doen'

Hayley d'Hollosy CSR Manager



MVO. *Dat doen wij zo.*