

Der Weg zum nachhaltigen E-Commerce

Heutzutage ist es äußerst selten, dass man in Europa jemandem begegnet, der keinen Zugang zu einem Internetanschluss hat. Zusammen mit dem oft hektischen Lebenstempo hat dies dem elektronischen Handel zu einem bemerkenswerten Erfolg verholfen. Ein Erfolg, der in den letzten Jahren noch zugenommen hat, da die Covid-19-Pandemie unsere Möglichkeiten, persönlich einzukaufen, eingeschränkt hat. Insgesamt ist der Anteil des E-Commerce am weltweiten Einzelhandel von 10,4 % im Jahr 2017 auf 14,1 % im Jahr 2019 gestiegen und wird dann noch einmal deutlich auf etwa 17 % im Jahr 2020 ansteigen. Dies wirft die Frage nach der Nachhaltigkeit in diesem Sektor auf.

Es gibt keine perfekte Lösung, um Nachhaltigkeit in der E-Commerce-Branche zu erreichen. Vielmehr geht es darum, das Thema aus verschiedenen Blickwinkeln anzugehen und eine Reihe von Teillösungen umzusetzen, die in ihrer Gesamtheit die Branche in eine nachhaltigere Richtung bewegen.



Verpackung

Die Verpackung ist eines der Hauptprobleme im Hinblick auf die ökologische Nachhaltigkeit: Online erworbene Artikel müssen verpackt werden, um sicher versandt werden zu können; das Verpackungsmaterial (häufig Karton und Plastik) muss anschließend entsorgt werden. In der Tat machen Verpackungen 30 % des weltweiten CO₂-Fußabdrucks des elektronischen Handels aus.

Für die Kunden ist es wichtig, das Verpackungsmaterial ordnungsgemäß zu entsorgen, damit es dem Recyclingkreislauf zugeführt werden kann. Gleichzeitig sollten die Unternehmen Lösungen zur Verringerung ihres Verpackungs-Fußabdrucks einführen. Verkäufer verwenden bei ihrem Verpackungsprozess häufig Kartons in Standardgröße: Bei kleineren Artikeln bedeutet dies, dass der überschüssige Platz mit zusätzlichem Verpackungsmaterial aufgefüllt wird. Die Verwendung von größengerechten Behältern würde dieses Problem einschränken und den Abfall reduzieren. Außerdem würde dies Platz für den Transport sparen und möglicherweise die Anzahl der erforderlichen Fahrten verringern.

Die Unternehmen könnten sich auch für die Verwendung umweltfreundlicher Verpackungsmaterialien entscheiden. Dies ist bereits ein wachsender Trend in der Branche, der beibehalten werden sollte. Einwegmaterialien, wie z.B. Einwegplastik, sollten vermieden und durch recycelbare und/oder recycelte Materialien ersetzt werden.

Versand

Ein separates, aber damit zusammenhängendes Thema sind die durch den Transport verursachten Emissionen. Transportaktivitäten im Allgemeinen sind für 17 % der weltweiten Treibhausgasemissionen verantwortlich. Wie bei den Verpackungen lässt sich dieses Problem am besten dadurch lösen, dass es sowohl aus der Sicht der Verbraucher als auch der Hersteller angegangen wird.

Das Bewusstsein der Verbraucher ist entscheidend, da sie mit ihren Entscheidungen den Markt beeinflussen. Durch den Kauf vor Ort wird der Transportweg verkürzt und die transportbedingten Emissionen verringert. Wenn möglich, können die Verbraucher auch im Laden einkaufen und die Online-Alternative auf die Produkte beschränken, die in ihrer Region nicht erhältlich sind. Schließlich haben die Verbraucher beim Online-Kauf die Möglichkeit, Unternehmen auszuwählen, die sich aktiv um die Reduzierung ihrer Emissionen bemühen.

Die Unternehmen können ihrerseits in umweltfreundliche Transportmittel investieren, z. B. in elektrische Lastwagen. Sie könnten auch dynamische Abhol- und Liefersysteme auf der Grundlage von GPS-Daten einführen. Mehrere große Kurierdienste wie DHL und FedEx bieten bereits einen klimaneutralen Versand (mit Ausgleichsmaßnahmen) und umweltfreundliche Versandoptionen (z.B. Elektrofahrzeuge und Fahrradkuriere) an. Einzelhändler haben auch die Möglichkeit, Partnerschaften mit Unternehmen einzugehen, die nützliche Dienstleistungen anbieten, wie z. B. die Möglichkeit, Bestellungen aus verschiedenen Geschäften zusammenzufassen, damit sie gemeinsam versandt werden können.

Ein wichtiges Hindernis für die Verringerung der versandbedingten Emissionen ist die wachsende Nachfrage nach schnellem Versand. Um diese Nachfrage zu befriedigen, haben die Unternehmen weniger Zeit, Bestellungen zu konsolidieren. Das bedeutet, dass weniger Pakete über dieselbe Entfernung geliefert werden und dass Bestellungen aus demselben Haushalt oft nicht zusammengefasst werden. Dies führt zu mehr Verpackungsmüll, aber auch zu mehr Lastwagen auf der Straße und damit zu mehr Emissionen. Darüber hinaus wird Luftfracht in der Regel für schnelle Lieferungen über größere Entfernungen verwendet, was umweltschädlich ist, da Flugzeuge pro Kilometer etwa achtmal so viel CO₂ ausstoßen wie Lastwagen. Die Wahl langsamerer Versandoptionen, sowohl als Unternehmen als auch als Kunde, könnte zu einer erheblichen Verringerung der Transportemissionen beitragen.

Logistik

Die Logistik ist ein wesentlicher Faktor für die Nachhaltigkeit des elektronischen Handels, da sie die Verwaltung mehrerer Schritte der Lieferkette der Branche erfordert.

Wenn es gelingt, die Zahl der Rücksendungen zu reduzieren, können die Einzelhändler viel Geld sparen und gleichzeitig die Abfallerzeugung und damit die Umweltbelastung verringern. Ein möglicher Ansatz wäre, die kostenlose Rückgabe unerwünschter Produkte einzustellen, um die Kunden davon abzuhalten, unnötige Artikel zu bestellen. Um Fehlkäufe zu vermeiden, ist es auch hilfreich, wenn das Unternehmen detaillierte Beschreibungen der verkauften Artikel mit Bildern und/oder Videos bereitstellt. Was die Rücksendungen betrifft, die sich nicht vermeiden lassen, sollten die Einzelhändler versuchen, eine nachhaltige Rückgabepolitik zu betreiben. So sollten sie beispielsweise sicherstellen, dass der zurückgegebene Gegenstand, sofern er nicht schwer beschädigt ist, ein zweites Leben erhält.

In diesem Sinne können und sollten die Unternehmen ihre Kunden ermutigen, sich an einem Kreislaufwirtschaftssystem zu beteiligen. Dies bedeutet, das Bewusstsein der Verbraucher zu schärfen und Lösungen anzubieten, die sicherstellen, dass Gegenstände, die nicht mehr gebraucht werden, wieder auf den Markt kommen oder zumindest ordnungsgemäß recycelt werden.

Wenn möglich, sollten die Unternehmen auch auf dezentrale Lager zurückgreifen: Ein gut verteilter Bestand kann dazu beitragen, die Transportwege zu verkürzen und gleichzeitig eine schnelle Lieferung zu gewährleisten. Dies würde bedeuten, dass die Erwartungen der Kunden erfüllt werden, ohne dass die Notwendigkeit des Umweltschutzes in Frage gestellt wird.

Der Weg in die Zukunft des E-Commerce

Der E-Commerce wird in der modernen Gesellschaft unweigerlich weiter zunehmen. Daher ist es äußerst wichtig, dass sowohl Unternehmen als auch Kunden ihr Bestes tun, um diesen Wirtschaftszweig umweltfreundlich zu gestalten. Das bedeutet, dass ein ganzheitlicher Ansatz für die Nachhaltigkeit verfolgt werden muss, bei dem das Thema in jedem Schritt angegangen wird, vom Produktdesign bis zur Abfallentsorgung am Ende der Lebensdauer.