

5 Dinge die Onlineshops für's Klima tun können

30.04.2019, 09:10 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *sustaination*



Online-Shopping, Quelle: pixabay

Der Online-Handel boomt! Laut statista hat der Online-Handel im Jahr 2018 in Deutschland einen Umsatz von 53,6 Milliarden Euro erwirtschaftet. 2008 waren es gerade einmal 12,6 Milliarden Euro, womit sich der Sektor in den vergangenen 10 Jahren mehr als vervierfacht hat.

Das Wachstum des Online-Handels hat eine enorme Wirkung auf unser Klima. Insbesondere durch den individuellen Versand und die hohen Rücksendequoten weist der Online-Handel eine besonders schlechte CO₂-Bilanz auf. Höchste Zeit, dass Online-Händler ihre Klimawirkung unter die Lupe nehmen und ihren Ausstoß reduzieren.

Der Schutz unseres Planeten und damit auch das Eindämmen der Klimaerwärmung ist eine der wohl größten Herausforderungen unserer Zeit. Wie Onlineshops dieser Herausforderung begegnen und etwas für's Klima tun können, sollen die folgenden 5 Punkte darlegen:

1. Logistikketten verbessern

Die Logistik ist einer der großen Hebel, wenn es um die Optimierung der CO₂-Bilanzen von Onlineshops geht. In der Logistik kommt der Phrase "Aktion statt Reaktion" eine wesentliche Bedeutung zu, denn ein nachhaltiger Logistik-Ansatz muss konzeptionell geplant werden, um unnötige Emissionen zu vermeiden. Die Lieferketten und damit verbundene Logistik sollten hinsichtlich ihrer Potentiale analysiert werden, um Optimierungsmaßnahmen zu identifizieren. Dies kann beispielsweise die Reduktion von Fahrten sein, der Umstieg auf alternative Energiequellen bzw. Kraftstoffe oder auch die Elektrifizierung der eigenen Flotte, sofern eine vorhanden ist. Aber auch Services wie Expresslieferungen sollten Onlineshops hierbei berücksichtigen und in Frage stellen, denn diese führen nicht selten dazu, dass Kapazitäten von Lieferfahrzeugen nicht ausgenutzt werden.

2. Verpackungen optimieren

Viele kennen es! Ein großes Paket liegt vor der Haustür und enthalten ist, neben dem bestellten Produkt, viel Füllmaterial. Zusätzlich zu dem unnötigen Müll der dabei entsteht, passen logischerweise auch nicht so viele Kartons in den Lieferwagen, wenn diese übermäßig viel Luft und Füllmaterial beinhalten. Dadurch werden letztendlich mehr Lieferfahrzeuge benötigt, die wiederum mehr CO₂ emittieren. Onlineshops sollten darauf achten, dass Versandverpackungen gut

zu den Produkten passen, damit Ressourcen nicht unnötig vergeudet werden und der Ausstoß von Treibhausgasen minimiert wird. Auch die verwendeten Materialien sollten mit Blick auf die Umweltauswirkungen bewusst gewählt werden, häufig lässt sich beispielsweise Plastik durch Papier oder Pappe ersetzen.

3. Retourenaufkommen minimieren

Laut Verbraucherzentrale wird jedes zweite Paket beim Kleidungskauf (online) als Retoure an den Händler zurückgeschickt. Am Tag kommen da ca. 800.000 Pakete zusammen, die etwa 400 Tonnen CO₂ ausstoßen. Ziemlich viel, wenn man bedenkt, dass diesen ausgestoßenen Emissionen nicht einmal Konsum gegenüber steht. Hinzu kommt, dass zurückgeschickte Waren von Händlern nicht selten entsorgt werden, weil das Prüfen auf Funktionalität und erneutes Verpacken teilweise teurer ist als die Entsorgung, so die Verbraucherzentrale. Entgegenwirken können Onlineshops diesem Trend, in dem sie hochwertige und vor allem realistische Bilder der Produkte bereitstellen und genaue Größen und Formen angeben. Wer sein Umweltbewusstsein besonders Ausdruck verleihen möchte, weist seine Kunden darauf hin, dass die Bestellung von mehreren Größen und Farben die Umwelt belastet oder verzichtet vielleicht sogar auf den kostenlosen Rückversand.

4. Klimaneutral Versenden

Diverse Paketzusteller bieten bereits Möglichkeiten zum klimaneutralen Versand, wobei die transportbedingten CO₂-Emissionen, meist gegen einen kleinen Aufpreis durch den Versanddienstleister ausgeglichen werden. Wer noch einen Schritt weitergehen will, ermittelt seinen unternehmerischen CO₂-Fußabdruck und gleicht diesen aus. Mit entsprechender Zertifizierung können Online-Händler ihren Kunden damit zeigen, dass ihr Onlineshop klimaneutral betrieben wird. Wer vorher seinen Stromanbieter wechselt und auf Ökostrom umsteigt, hat übrigens weniger zu kompensieren.

5. Nachhaltiges Sortiment

Die Erwartungen vieler Online-Kunden gehen deutlich weiter als das klimaneutrale Versenden — Sie legen Wert auf ein nachhaltiges Sortiment, mit langlebigen und fairen Produkten. Die Wahl der Produkte, die Onlineshops vertreiben, hat sowohl eine Wirkung auf das Klima, als auch auf die Umwelt und die Gesellschaft im großen Ganzen.

Portrait

Als Nachhaltigkeitsberatung begleiten wir Unternehmen bei der Gestaltung einer umwelt- und sozialverträglichen Arbeitsweise — von der strategischen Beratung bis hin zu Zertifizierungsvorbereitungen und Kommunikation des Nachhaltigkeitsengagements unterstützen wir Organisationen im Wandel.

News-ID: 1047015 • Views: 405 (Stand: 27.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1047015/5-Dinge-die-Onlineshops-fuers-Klima-tun-koennen.html>