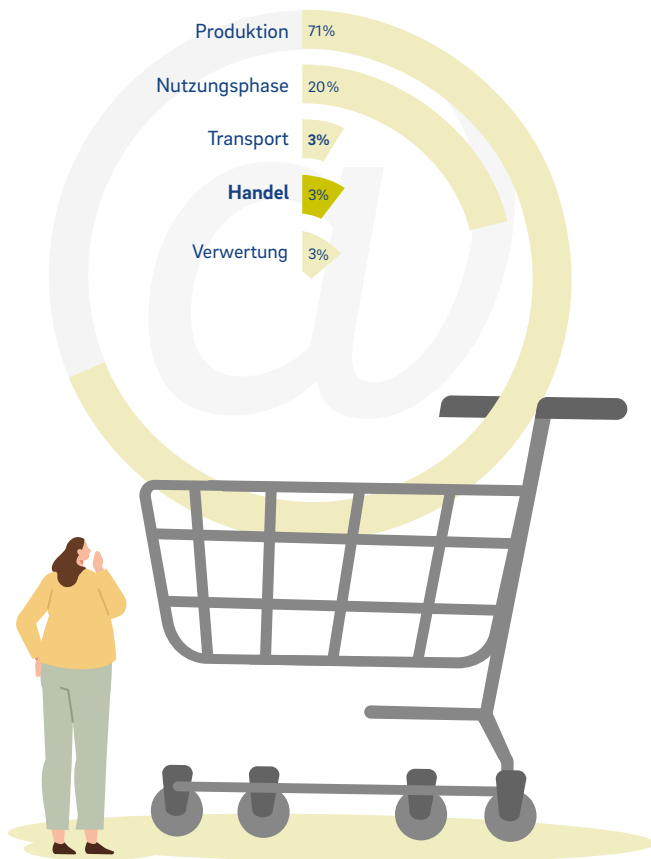


# Wie kann der Onlinehandel noch nachhaltiger werden?

Studie zur **O**ekologischen **N**achhaltigkeit des Onlinehandels in Deutschland (**OeNO**)



**Handel** macht **3%** der THG-Emissionen eines Produkts aus  
\*am Beispiel von Modeartikeln

Mit freundlicher Unterstützung von Amazon, Cairo  
Rock'n Shop, Skate Deluxe, The British Shop



## 1. Lieferverkehre



**-418.000 Tonnen CO<sub>2</sub>\***

Einsparpotenzial p.a. durch Elektro-Lieferfahrzeuge

### POTENZIALE

Circa -25% CO<sub>2</sub>, wenn alle auf der letzten Meile eingesetzten Fahrzeuge **elektrifiziert** wären. Das entspricht einer absoluten **Einsparung von 418 ktCO<sub>2</sub>** (Bezugsjahr: 2021)

-49% CO<sub>2</sub> durch Nutzung von **Paketshops und Packstationen**

**5%** weniger Leervolumen **sparen 61 ktCO<sub>2</sub>** (Prognose für 2026)

-25% CO<sub>2</sub> Emissionen, wenn sich **Logistiker auf dem Land zusammenschließen**

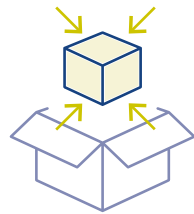


### STATUS QUO

**Rund 2,1 Mrd. Pakete** wurden 2020 verschickt und dafür rund 2,5 Mrd. Kilometer gefahren.

Das macht **3,7% des gesamten Straßengüterverkehrs** aus.

**91%** aller Zustellungen kommen beim **ersten Versuch** an.



**-5%  $\hat{=}$  -61.000 Tonnen CO<sub>2</sub>\*\***

Einsparung durch weniger Leervolumen in Paketen

**-49% CO<sub>2</sub>**

pro Paket durch Packstationen und Paketshops



\* Das entspräche rund 64.000 Autofahrten um die Erde.  
\*\* Das entspräche rund 9.400 Autofahrten um die Erde.

**3,7% Anteil**

am gesamten Straßengüterverkehr



## 2. Verpackungen

**86,7%**

beträgt die Recyclingrate für Papier- und Pappverpackungen \*\*



**86,7%**  
Recyclingrate

**13,1%**  
energetische Verwertung

### STATUS QUO

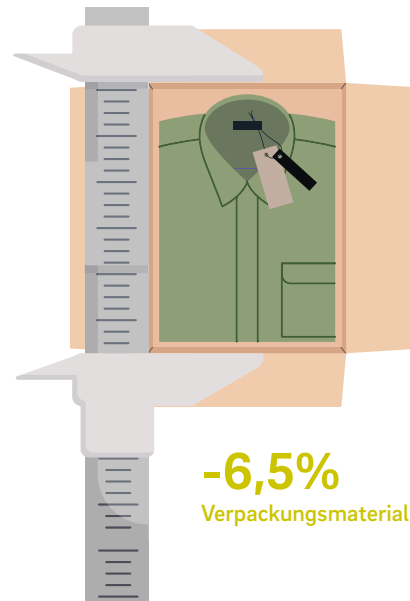
Schätzungsweise **885.000 Tonnen** Pappe wurden 2021 im Onlinehandel verschickt

Der Modehandel **verursacht 23%** aller Sendungen. Er verbraucht dafür aber nur **10%** des gesamten Verpackungsmaterials\*



**bis zu -24%**

Verpackungsmaterial durch Versand im Produktkarton



**-6,5%**

Verpackungsmaterial

### POTENZIALE

-18 bis -24% CO<sub>2</sub> Emissionen durch Versand in Produktverpackung \*

-6,5% Verpackung durch **passgenaue Maße\***

-60 bis -98% CO<sub>2</sub> theoretisches Einsparpotenzial durch Einsatz von **Mehrweg bei Versandtaschen** und -30 bis -98% bei Paketen (20 Umläufe)\*



\*Bezugsjahr 2018  
\*\*Bezugsjahr 2020

### 3. Digitale Infrastruktur

**63g CO<sub>2</sub>**

#### STATUS QUO

Ein durchschnittlicher Einkauf verursacht 63g CO<sub>2</sub> für Produktsuche und digitale Bestellabwicklung.\*

#### POTENZIALE

Bis zu **-80% Energieverbrauch** durch Rechenzentren statt On-Premise-IT.

Bis zu **-480g CO<sub>2</sub>** pro Bestellung bei Nutzung von Smartphone mit WLAN statt Desktop.



bis zu **-80% Energieverbrauch** durch Cloud-Nutzung

**26g CO<sub>2</sub>\*\***

VS.

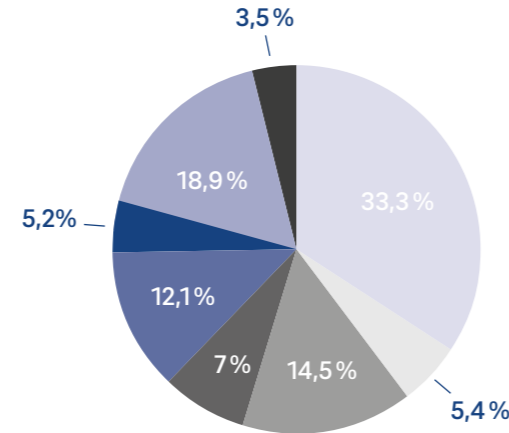
**506g CO<sub>2</sub>\*\***



\* Das entspräche ca. 1,4 Personenkilometern im Fernverkehr der Bahn.  
\*\* bei umfangreicher Produktsuche am Desktop, kurzer Suche am Smartphone

### 4. Logistikzentren

Anteile am Energieverbrauch:



#### STATUS QUO

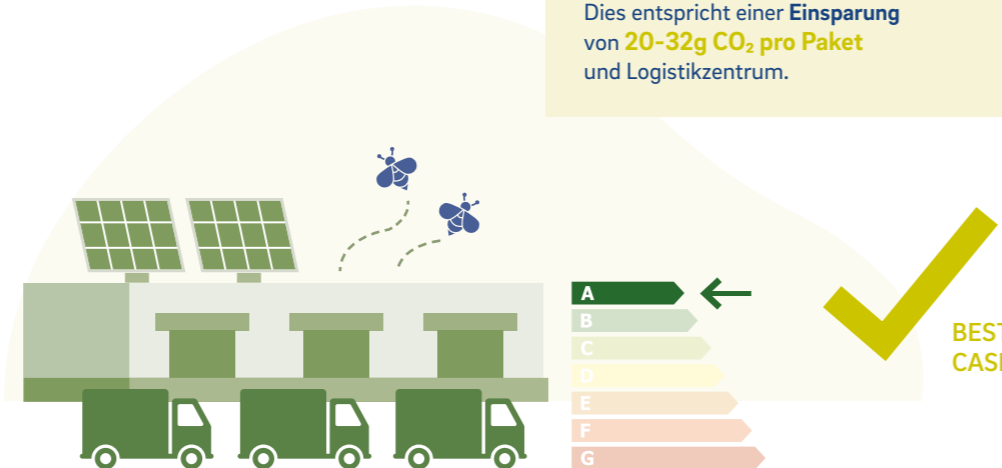
Für die Weiterverarbeitung eines Pakets fallen 20-32g CO<sub>2</sub> pro Paket und durchlaufenem Logistikzentrum an.

- Beleuchtung
- Klimatisierung
- IKT
- Flurförderzeuge
- Fördertechnik automatisch
- Lagertechnik
- Restl. Verbrauch
- Verwaltung

#### POTENZIALE

Bis zu **-105% CO<sub>2</sub>** durch Solaranlagen und Optimierung der Immobilie (klimapositiver Betrieb)

Dies entspricht einer **Einsparung** von **20-32g CO<sub>2</sub> pro Paket** und Logistikzentrum.



### 5. Neue Geschäftsmodelle: Beispiel Re-Commerce

Onlinehandel bietet einen einfachen Zugriff und die größtmögliche Auswahl gebrauchter Artikel. Das macht ihn zum wichtigsten Hebel einer funktionierenden Kreislaufwirtschaft.

#### Vorteile:

- + Keine neue Emission für Produktion
- + Mehrere Lebenszyklen
- + Ggf. Versand in gebrauchten Verpackungen
- + Große Auswahl und Transparenz

**RE USE DUCE COMMERCE**

#### Nachteile:

- Versand an Händler = zusätzlicher Transportweg
- Ggf. Transport zur Werkstatt
- Ggf. doppelte Vertriebsstruktur (Shop & Marktplatz)

### 6. Nachhaltige Konsumentenentscheidungen

Auch Verbraucher haben einen großen Einfluss durch ihr Einkaufsverhalten und Verantwortung für die Nachhaltigkeit ihres Konsums.

#### POTENZIALE

Händler haben unterschiedliche Hebel, mit denen sie Verbraucher unterstützen können:

- Personalisierung & Gamification
- Green Nudging
- Re-Commerce
- Eco-Labels



## Wie kann Politik die Nachhaltigkeit im Onlinehandel unterstützen?

### Empfehlungen des bevh:

1. Förderung von Elektromobilität und Mikrohub
2. Bürokratieabbau für Genehmigung von anbieterneutralen Paketstationen
3. Vereinfachung von Kooperationen in Paketbranche
4. Datennutzung und Green Nudging erlauben zur Retourenminderung und für bewusstere Kaufentscheidungen
5. Förderung einer Paket-Mehrweginfrastruktur ähnlich der des Flaschenpfands
6. Leerraumregelungen für Pakete realistisch gestalten und Anreize für versandtaugliche Produktverpackungen
7. Technologieoffenheit bei Verpackungsmaterialien und Recyclingoptionen
8. Verbraucheraufklärung zum Einfluss des eigenen Kaufverhaltens
9. Sachspenden von der Umsatzsteuer befreien
10. Förderung erneuerbarer Energien, Photovoltaiknutzung entbürokratisieren
11. Mehr Ladezonen in Innenstädten
12. Ausbau des Nahverkehrs und der Radwege
13. Ausbau von Glasfaser und 5G
14. Re-Commerce fördern und in Gesetzgebung mitdenken
15. Green Claims-Kriterien anwendbar gestalten



---

Bundesverband E-Commerce und  
Versandhandel Deutschland e.V. (bevh)

Friedrichstraße 60  
10117 Berlin

info@bevh.org

Inhaltlich Verantwortlicher (V.i.S.d. § 18 MStV):  
Christoph Wenk-Fischer  
bevh-Hauptgeschäftsführer.

© Bundesverband E-Commerce und  
Versandhandel Deutschland e.V., Berlin.  
Alle Rechte vorbehalten.

