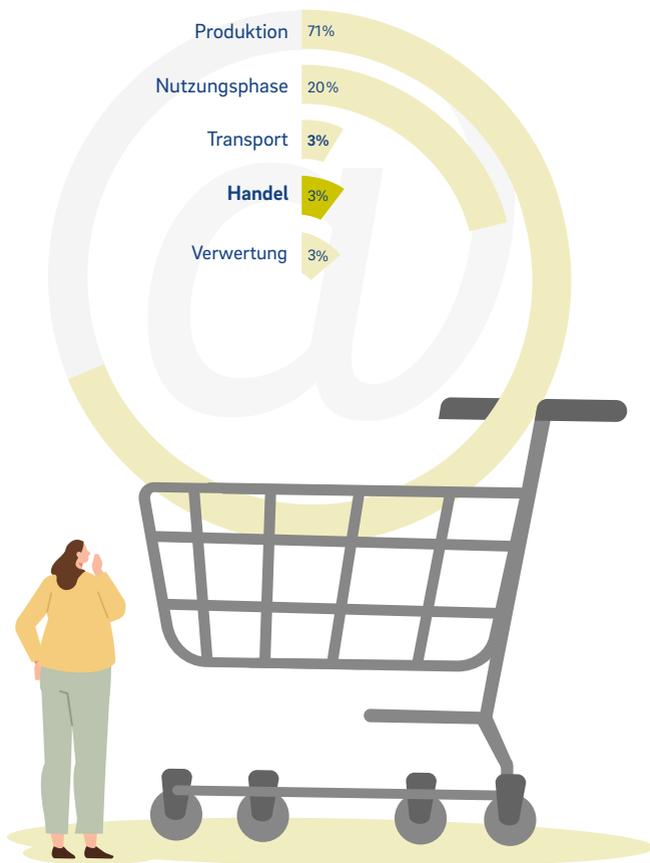


Wie kann der Onlinehandel noch nachhaltiger werden?

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 CO₂*

Einsparpotenzial p.a. durch Elektro-Lieferfahrzeuge

POTENZIALE

Circa -25% CO₂, wenn alle auf der letzten Meile eingesetzten Fahrzeuge **elektrifiziert** wären. Das entspricht einer absoluten **Einsparung von 418 ktCO₂** (Bezugsjahr: 2021)

-49% CO₂ durch Nutzung von **Paketshops und Packstationen**

5% weniger Leervolumen **sparen 61 ktCO₂** (Prognose für 2026)

-25% CO₂ Emissionen, wenn sich **Logistiker auf dem Land zusammenschließen**

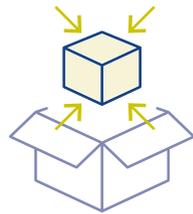


STATUS QUO

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 CO₂**

Einsparung durch weniger Leervolumen in Paketen

-49% CO₂

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

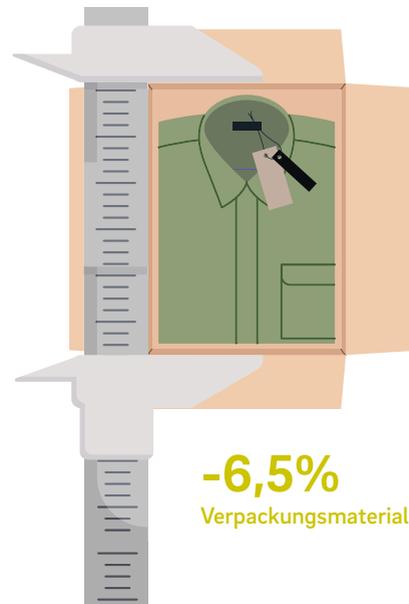
Schätzungsweise **885.000 Tonnen** Pappe wurden 2021 im Onlinehandel verschickt

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% CO₂ Emissionen durch Versand in Produktverpackung *

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

-60 bis -98% CO₂ theoretisches Einsparpotenzial durch Einsatz von **Mehrweg bei Versandtaschen** und -30 bis -98% bei Paketen (20 Umläufe)*



*Bezugsjahr 2018
**Bezugsjahr 2020

3. Digitale Infrastruktur

63g CO₂

POTENZIALE

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

Bis zu **-480g CO₂** pro Bestellung bei Nutzung von Smartphone mit WLAN statt Desktop.



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

STATUS QUO

Ein durchschnittlicher Einkauf verursacht 63g CO₂ für Produktsuche und digitale Bestellabwicklung.*



506g CO₂**

VS.

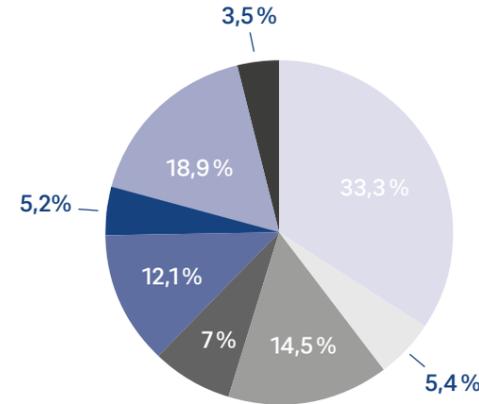


26g CO₂**

* 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

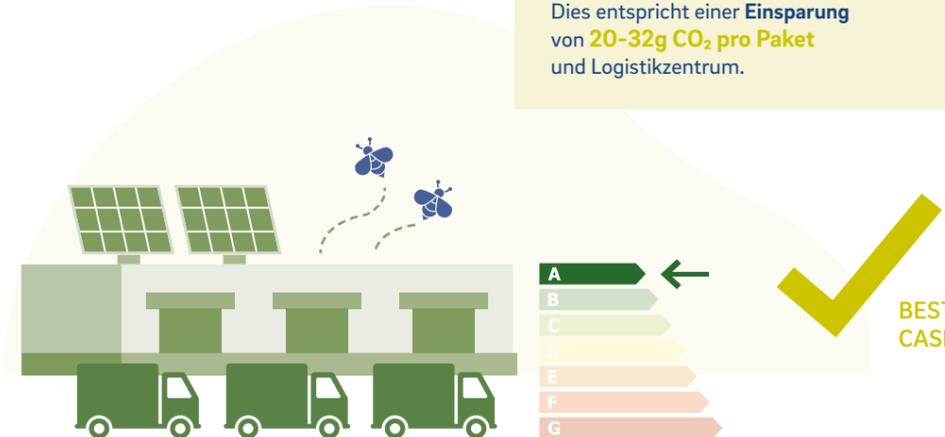
Für die Weiterverarbeitung eines Pakets fallen 20-32g CO₂ pro Paket und durchlaufenem Logistikzentrum an.

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

POTENZIALE

Bis zu **-105% CO₂** durch Solaranlagen und Optimierung der Immobilie (klimapositiver Betrieb)

Dies entspricht einer **Einsparung** von **20-32g CO₂ 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



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 Mikrohubs
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.

