testit

seit 2020 Klimaneutrales Unternehmen mit firstclimate

Nachhaltigkeit von Online-Shopping: Wie du klimafreundlich im Internet einkaufen kannst

INFOBLATT

Inhalt

Online-Shopping auf dem Vormarsch **3**

E-Commerce vs. Stationärer Handel: Klimabilanz im Vergleich **5**

Die Umweltbelastung von Online-Shopping in Zahlen 6

Vor allem bei großen Artikeln ist stationär nicht nachhaltig 8

CO_2 durch Verkehr und Transport 10

(An)Zeichen für nachhaltige Online-Shops **12**

Siegel und Zertifikate für Unternehmen 13

Siegel und Zertifikate für Produkte 14

So nachhaltig ist Online-Shopping wirklich **18**

Versand: Bessere CO_2-Bilanz als angenommen 18

Verpackung: Mehrweg-Materialien als Lösung 23

Produktion: Transparenz im E-Commerce 27

Tipps für mehr Nachhaltigkeit beim Online-Shopping **29**

Kaufe bei nachhaltigen Händlern! 29

Bestelle maßvoll und vorausschauend! 31

Verzichte auf Expresslieferungen! 31

Lass den Paketboten nicht zweimal kommen! 32

Wähle Produkte aus deiner Region! 32

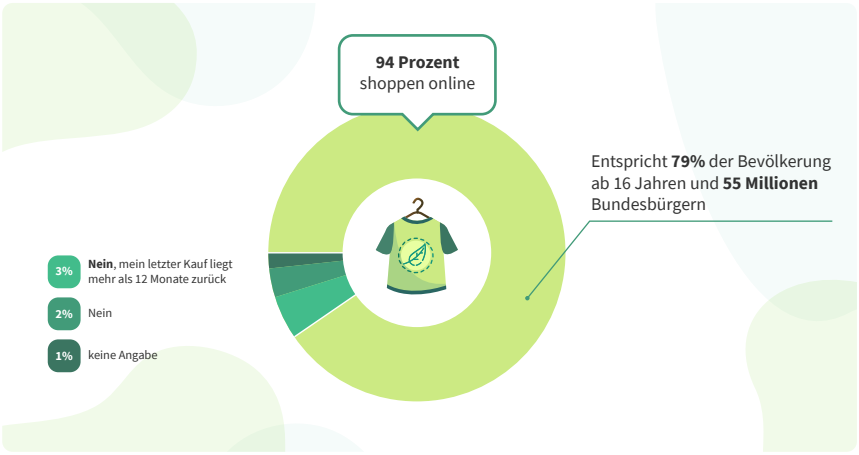
Nachhaltiges Online-Shoppen ist möglich **33**

Zum Anfang

Online-Shopping auf dem Vormarsch

Das Internet hat uns bequem gemacht. Statt mühsam Lexika zu wälzen, greifen wir in Sekunden auf das Wissen der Menschheit zu. Unbekannte Gegenden werden per Online-Kartendienst erkundet. Und um Meetings abzuhalten, müssen wir nicht einmal das Haus verlassen.

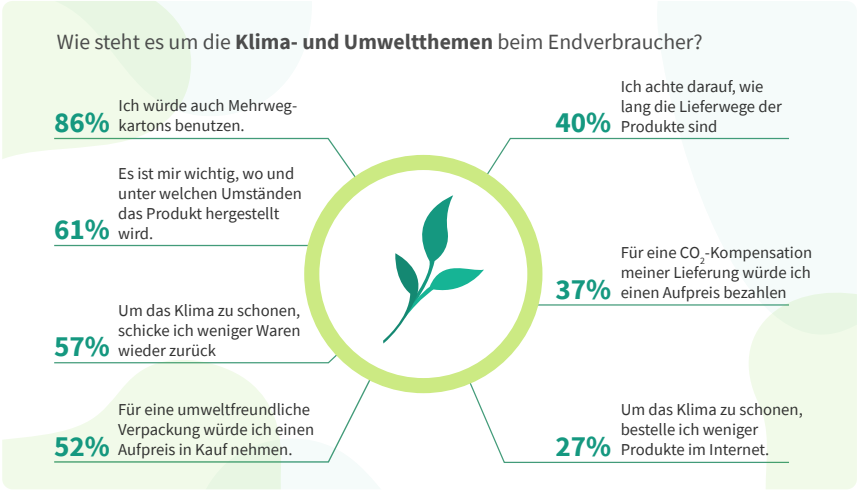
Für eine der größten Alltagsveränderungen hat E-Commerce, also der Handel im Internet, gesorgt. Nie war einkaufen leichter. Mit einem Klick ist die neue Waschmaschine bestellt, kurze Zeit später wird sie geliefert. Ohne überhaupt einen Fuß in einen Elektromarkt zu setzen, kannst du Smartphones, Computer und sonstige Technikgeräte kaufen. Dasselbe gilt für andere Kategorien genauso, inzwischen bietet der Online-Handel sogar Lebensmittel an. Die Kombination aus Riesenauswahl und hohem Komfort ist beliebt: 55 Millionen Bundesbürger shoppen regelmäßig im Netz,[1] fast jeder Dritte von ihnen mindestens einmal in der Woche.[2]



Allein zwischen 2009 und 2019 hat der E-Commerce-Umsatz im Konsumsektor um 279 Prozent zugenommen.

In diesem Zeitraum ist noch etwas anderes angewachsen: unser ökologisches Bewusstsein. Klimawandel und Umweltzerstörung zwingen uns dazu, unsere bisherige Lebensweise zu hinterfragen. Auch am E-Commerce wird Kritik laut. Online-Shopping sei nicht nachhaltig, heißt es. Die Lieferungen würden den CO_2-Ausstoß in die Höhe treiben und die Verpackungen ein Meer an Müllbergen kreieren. Also Schluss mit der Bequemlichkeit? Oder gibt es Möglichkeiten, nachhaltiger im World Wide Web einzukaufen? Und: Ist Online-Shopping im Vergleich zum stationären Handel wirklich eine Umweltsünde?

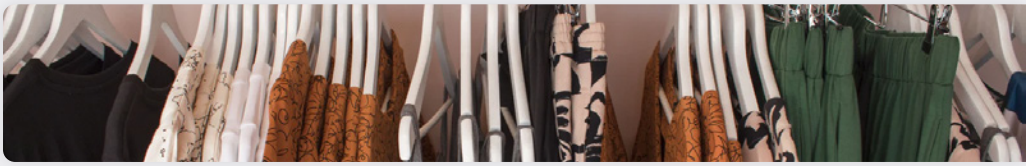
Zum Anfang



Quelle: https://www.bitkom.org/sites/default/files/2020-07/200714_studienbericht-handel_2020.pdf; S.27

E-Commerce vs. Stationärer Handel: Klimabilanz im Vergleich

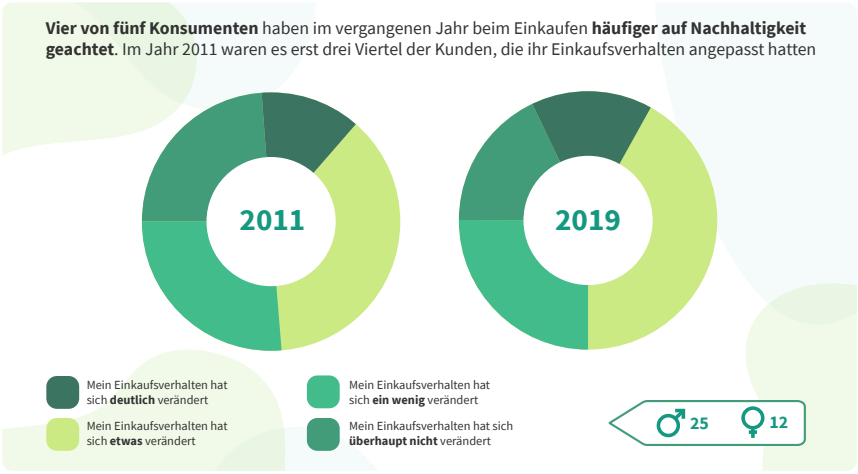
Wenn du dich für Nachhaltigkeit interessierst, hast du Teile deines Alltags wahrscheinlich schon angepasst. Vielleicht kaufst du vermehrt Bio-Lebensmittel, verzichtest auf Plastiktüten und nimmst häufiger das Fahrrad.



Die Umweltbelastung von Online-Shopping in Zahlen

Fast zwei Drittel der Deutschen findet Nachhaltigkeit auch beim Online-Shopping wichtig.[3]

Vier von fünf Konsumenten haben im vergangenen Jahr beim Einkaufen **häufiger auf Nachhaltigkeit geachtet**. Im Jahr 2011 waren es erst drei Viertel der Kunden, die ihr Einkaufsverhalten angepasst hatten



Quelle: KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft/IFH Köln GmbH, 2020; n = 500; Darstellung signifikanter Subgruppenunterschiede; Angaben in Prozent, Quelle 2011: IDH Köln; CSR-Tracker, Ausgabe November 2011, n = 3010

Auf den ersten Blick scheint hier der Nachhaltigkeitsunterschied zum stationären Handel im Versand zu liegen. Schließlich fährt der Paketzusteller jeden Empfänger einzeln im Auto an und verursacht dabei CO_2-Emissionen. Aber: Auch der stationäre Handel wird beliefert.

Zum Anfang

Und während die Lieferrouten beim Online-Versand effizient aufeinander abgestimmt sind, werden für die Lieferung an Läden und Kaufhäuser größere Strecken zurückgelegt. Der Online-Versand liefert wahrscheinlich an mehrere Leute in einer Straße oder einem Viertel. Die meisten Läden gibt es dagegen nur ein-, zweimal pro Stadt.

Aber wie hoch sind die Kohlenstoffdioxidemissionen tatsächlich? Ein mittelgroßes Päckchen sorgt für rund 277 bis 800 Gramm CO_2-Ausstöße.[4] Bei einer Retoure kommen zusätzliche Emissionen hinzu. Auch das Endgerät, über das du bestellst, verursacht wegen seines Stromverbrauchs CO_2. Für zum Beispiel ein online gekauftes Paar Schuhe ergibt sich so ein Gesamtausstoß von durchschnittlich 1030 Gramm CO_2.[5]

Vor allem bei großen Artikeln ist stationär nicht nachhaltig

Das ist natürlich nicht wenig. Doch kaufst du denselben Artikel im stationären Handel, ist die Klimabilanz mit 3270 Gramm CO_2 mehr als dreimal so hoch. Denn ein Geschäft muss mit Strom, Wasser und Wärme versorgt werden. Klimaanlage, Licht, Sicherheitssysteme, Kasse – all das kostet Energie. Und zusätzlich zur Ladenfläche gibt es häufig ein Lager, ein Büro und einen Mitarbeiterbereich.

Gegenüberstellung der **Klimabilanz von Online-Shopping und stationärem Einkauf**

Strom, PC | Lager, Versand | Retoure

1030g CO_2

Lager, Versand | Energieverbrauch im Geschäft | Fahrt in die Stadt

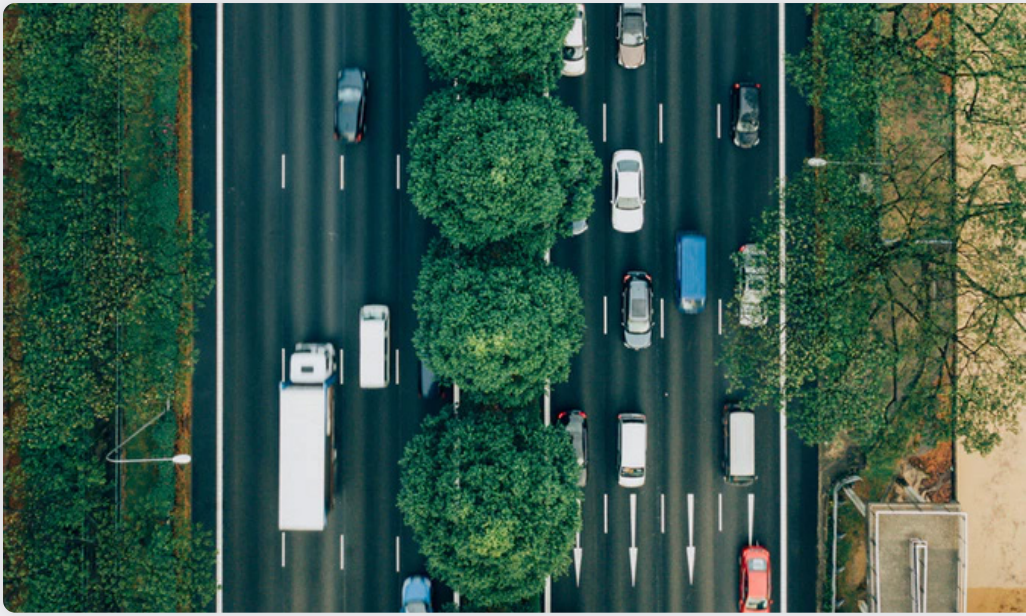
3270g CO_2

Quelle: https://www.kassenzone.de/2020/11/25/e-commerce-vs-stationaerer-handel-im-grossen-klimaduell/

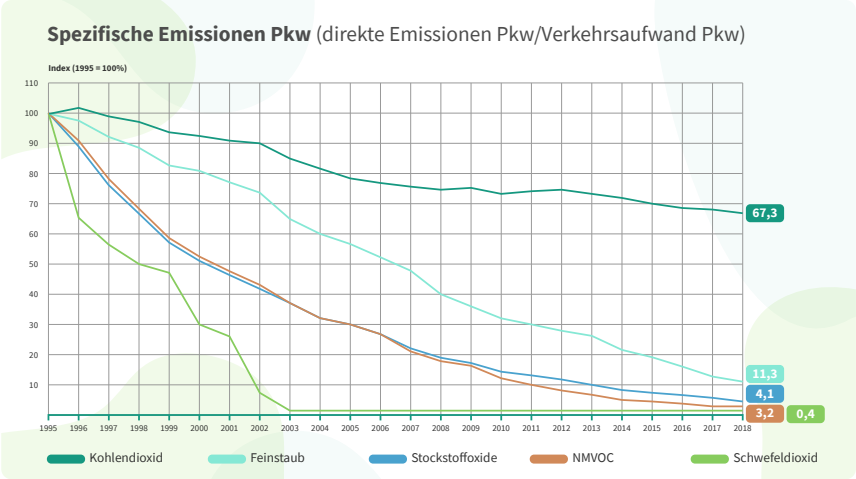
Besonders schwer ins Gewicht fällt beim stationären Handel jedoch der CO_2-Ausstoß durch Kraftfahrzeuge. Das bezieht sich nicht nur auf die Anlieferung der Waren: Viele Kunden fahren mit dem eigenen Auto zum Geschäft. In manchen Fällen ist es gar nicht anders möglich. Die Schuhe aus unserem Beispiel kannst du in Bus und Bahn nach Hause transportieren. Spätestens bei größeren Elektroartikeln wie Kühlschrank, Spülmaschine und Co ist allerdings ein Auto nötig. Auch wertvolle Einkäufe wie einen neuen Laptop trägt nicht jeder gerne in öffentlichen Verkehrsmitteln mit sich herum. Unter anderem aus diesen Gründen werden beispielsweise 81 Prozent der elektronischen Haushaltsgeräte inzwischen online gekauft.[6] Bei Smartphones sind es 69 Prozent und bei Computern 67 Prozent.

CO_2 durch Verkehr und Transport

Dass Benzin- und Dieselfahrzeuge für einen großen Teil unserer CO_2-Emissionen verantwortlich sind, ist keine Neuigkeit. Rein technisch sind die Fahrzeuge heutzutage umweltfreundlicher als vor einigen Jahren, aber insgesamt gibt es mehr Autos. Dadurch sind die Emissionen des PKW-Verkehrs zwischen 1995 und 2018 um 3,7 Prozent gestiegen.[7] Bei LKW – die auch den stationären Handel beliefern – sind es sogar 22 Prozent.



Zum Anfang



Quelle: https://www.umweltbundesamt.de/daten/verkehr/emissionen-des-verkehrs#-das-mehr-an-pkw-verkehr-hebt-den-fortschritt-auf

Beim Online-Shopping werden Transportwege gebündelt und die Fahrt zum Geschäft fällt weg. Das wirkt sich positiv auf die Klimabilanz aus. Es kommt aber auch darauf an, wo du bestellst. Wenn du einen Artikel vom anderen Ende der Welt orderst, wird dieser (einen Teil der Strecke) per Schiff oder Flugzeug transportiert. Dabei entstehen natürlich deutlich mehr CO_2-Emissionen.

Zum Anfang

(An)Zeichen für nachhaltige Online-Shops

Dieser signifikante Unterschied zwischen E-Commerce und stationärem Handel ist vielen Käufern nicht bewusst. Sie setzen Online-Shopping automatisch mit mangelhafter Klima- und Umweltverträglichkeit gleich. Dem möchten die Internet-Händler verständlicherweise entgegenwirken. Immer mehr Online-Stores bemühen sich, ihr Nachhaltigkeitsbewusstsein zu zeigen – zum Beispiel mit Gütesiegeln. Die sind praktisch, denn sie signalisieren dem Kunden auf einen Blick: Ein Shop oder Produkt erfüllt bestimmte Voraussetzungen.

Siegel und Zertifikate für Unternehmen

Auszeichnungen für Nachhaltigkeit lassen sich in zwei Kategorien unterteilen. Die erste umfasst Siegel und Zertifikate, die Unternehmen für ihr Umweltmanagement erhalten. Zum Beispiel:

Siegel des Europäischen Umweltmanagementsystems EMAS

Das Umweltmanagementsystem EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) hilft Unternehmen, Ressourcen zu sparen. Teilnehmende Unternehmen erfassen systematisch ihre Auswirkungen auf die Umwelt und verpflichten sich zu einer ständigen Verbesserung der eigenen Umweltleistung.

Prüfzeichen Zertifizierte Klimaneutralität des TÜV

Der Technische Überwachungsverein überprüft auf freiwilliger Basis die Klimaneutralität von Unternehmen. Voraussetzung für eine Zertifizierung ist die Dokumentation des eigenen CO_2-Fußabdrucks sowie (geplante und aktive) Maßnahmen zur Verkleinerung desselben.

Siegel und Zertifikate für Produkte

Die zweite Kategorie beinhaltet Siegel für einzelne Produkte. Neben allgemeinen Prüfzeichen gibt es solche für spezielle Warengruppen. Die Vielfalt ist entsprechend groß. Hier findest du eine Auswahl:

Fair-Trade-Siegel

Das Label für fairen Handel ist eines der bekanntesten. Hier geht es nur sekundär um ökologische und vorrangig um soziale Nachhaltigkeit. Das Siegel bescheinigt einem Produkt „faire“ Herstellungs- und Handelsbedingungen. Was genau die bescheinigte Fairness ausmacht, unterscheidet sich allerdings von Ware zu Ware.

Blauer Engel

Den Blauen Engel kennst du bestimmt ebenfalls. Er wird vom Bundesumweltministerium an umweltfreundliche(re) Produkte und Dienstleistungen vergeben. Dabei deckt das Siegel insgesamt 120 verschiedene Kategorien ab – vom Drucker bis zum Druckerpapier.

Zum Anfang

EU Ecolabel

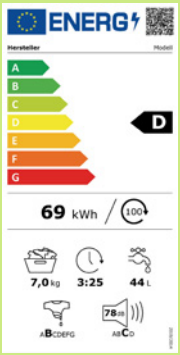
Das Umweltzeichen der Europäischen Kommission umfasst zwar nur 34 Produktkategorien, doch auch hier stehen Umweltauswirkungen im Mittelpunkt. Neben Elektrogeräten und Textilien können unter anderem auch Campingplätze und Hotels mit dem Siegel ausgezeichnet werden.

EU-Energieverbrauchskennzeichnung

Die EU-Etikett oder Energielabel genannte Kennzeichnung gibt Auskunft über die Energieeffizienzklasse (EEK) von Haushalts- und Elektrogeräten. So kannst du erkennen, wie viel Strom ein Produkt im Verhältnis zu seiner Leistung benötigt.

Altes Energielabel
bis März 2021

Neues Energielabel
seit März 2021



Änderungen:

Die **Energieeffizienzklassen** A+, A++ und A+++ entfallen. Stattdessen werden die Klassen von **A bis G** genutzt.

Der neue **QR-Code** führt zu weiteren Detailinformationen

Die **Piktogramme** wurden überarbeitet und geben Zusatzinformationen zum Produkt an.

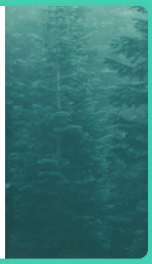
Gut zu wissen: Seit März 2021 gelten für die Energieklassen-Skala Änderungen. Die Farben bleiben dabei erhalten, allerdings entfallen die Plus-Klassen A+ bis A+++. Stattdessen findest du ab sofort A bis G bei der Kennzeichnung von Geräten. Gleichzeitig werden die Klassengrenzen so verschoben, dass Produkte wieder über die gesamte Bandbreite eingeteilt werden können.

Energy Star

Das Umweltzeichen stammt eigentlich aus den USA, wird seit 2003 jedoch in Europa ebenfalls genutzt. Der Energy Star zeichnet – wie die EU-Energieverbrauchskennzeichnung – energieeffiziente Geräte aus. Du findest das Zeichen vor allem bei EDV- und Bürotechnik.

INFO

Wurde ein Produkt oder Shop zertifiziert, ist das zugehörige Siegel im Normalfall prominent auf der Website platziert. Manchmal findest du Labels auch auf „Über uns“-Unterseiten oder in der Fußzeile (dem „Footer“).



Öko-Test-Label

Die Zeitschrift Öko-Test überprüft Produkte und Services unter anderem auf ihre Umweltverträglichkeit. Wer dabei gut abschneidet, zeigt dies gerne durch das zugehörige Siegel. In Der Regel kannst du am Label die Gesamtnote, die Testkategorie und die Ausgabe ablesen.

Cradle to Cradle Certified

Vergeben vom gemeinnützigen Cradle to Cradle Products Innovation Institut zeichnet dieses Label Produkte aus, welche die Bedingungen einer Kreislaufwirtschaft erfüllen. Das ist ein Wirtschaftsmodell, in dem – stark vereinfacht – Ressourcen wiederverwertet statt verschwendet werden.

TCO-Label

Das schwedische Siegel für ergonomische Qualität gilt inzwischen weltweit. Es attestiert dem Produkt sowie der Produktion eine gewisse Umweltfreundlichkeit.

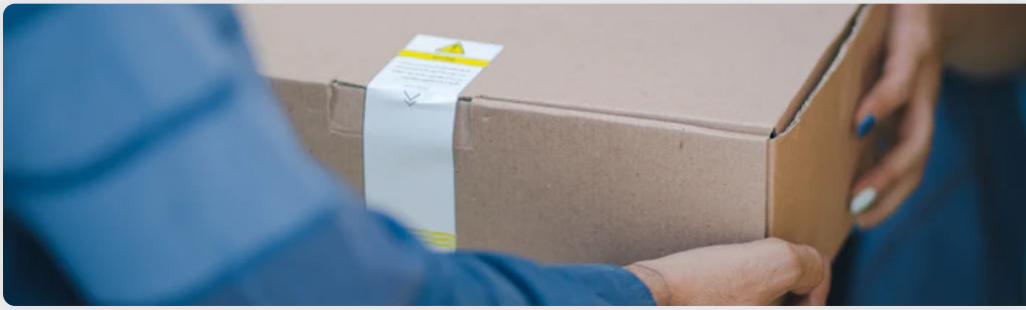
Zum Anfang

So nachhaltig ist Online-Shopping wirklich

Wie nachhaltig dein Online-Einkauf ist, hängt von verschiedenen Dingen ab. Lass uns dazu einen Blick auf die einzelnen Aspekte des E-Commerce werfen.

Versand: Bessere CO_2-Bilanz als angenommen

Nach wie vor assoziieren viele Kunden den Versand von Online-Einkäufen mit hohen CO_2-Emissionen. Doch schon 2015 bescheinigte eine Studie des DCTI (Deutsches Clean Tech Institut): Die Klimabilanz im Online-Shopping ist deutlich besser als erwartet.[9] Denn auf derselben Strecke, die du zum Einkauf in die Stadt mit dem PKW zurücklegst, beliefert das Zustellfahrzeug eine Vielzahl an Bestellern.



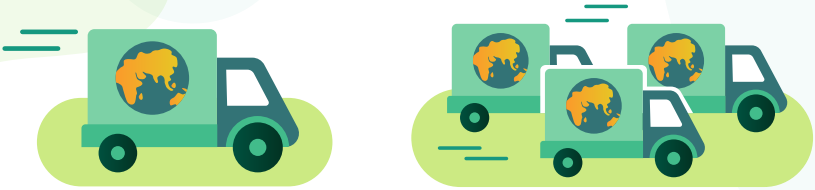
Zum Anfang

Zusteller arbeiten auf Klimaneutralität hin

Seitdem hat sich viel getan. So betreibt die Deutsche Post DHL Group schon heute die in Deutschland größte Flotte an Elektrofahrzeugen[10] – Tendenz steigend. Ziel des Paketdienstes ist die komplette Umstellung auf Elektromobilität.

Auch andere Transportdienstleister haben sich Nachhaltigkeit auf die Fahnen geschrieben. DPD zum Beispiel wirbt damit, in der Hamburger Innenstadt sämtliche Pakete emissionsfrei zuzustellen.[11] Kontinuierlich werden neue Antriebstechnologien ausprobiert, um langfristig Klimaneutralität zu erreichen.

So wirken sich **mehrere Zustellversuche** auf den **CO_2-Ausstoß** aus



276,92g CO_2/Paket

Einmal geklingelt
ein Zustellversuch

1.1008,00g CO_2/Paket

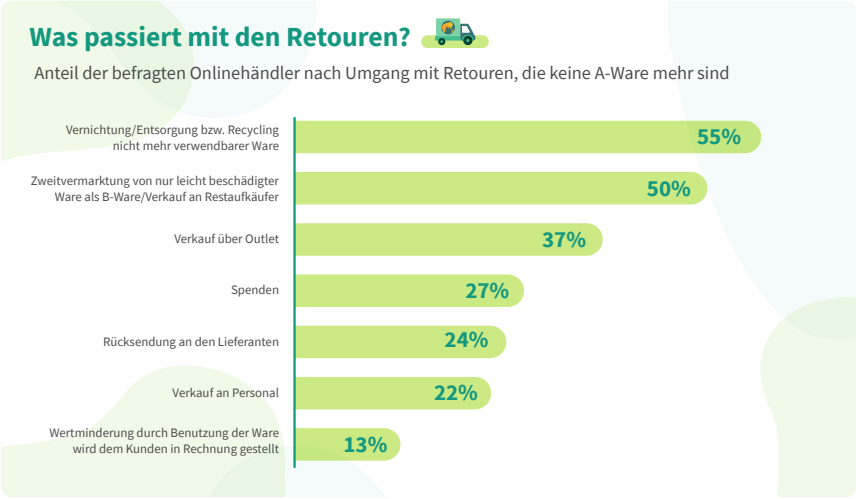
Dreimal geklingelt
drei Zustellversuche

Quelle: https://www.pakadoo.de/ueber-pakadoo/news/wenn-der-postmann-drei-mal-klingelt-wie-viel-co2-emissionen-verursacht-mein-paket-infografik/

Zusätzliches CO_2 durch erneutes Anfahren und Retouren

Die Höhe der Emissionen pro Lieferung ist jedoch auch von den Empfängern abhängig. Wenn du beispielsweise nicht zu Hause bist, muss der Paketdienst deine Adresse erneut anfahren – zusätzlicher CO_2-Ausstoß inklusive. Daher diskutieren Zusteller Lösungen, um die „letzte Meile“ (die Strecke zwischen Verteilzentrum und Endkunde) neuzugestalten. Eine Idee lautet, physische Schnittstellen zu schaffen – also zum Beispiel eine Abholstation für Pakete, wie sie Amazon schon anbietet.

Eine andere Emissionsquelle sind Retouren durch Kunden. Inzwischen gehören kostenlose Rücksendungen zum festen Leistungsrepertoire vieler Online-Händler. Kunden nutzen diese Chance gern und oft: Laut einer Studie aus dem Jahr 2018 hat knapp jeder fünfte Online-Shop eine Retourenquote von über 40 Prozent. Bei 6 Prozent der Shops wird sogar mehr als jeder zweite Artikel wieder zurückgeschickt.[12]

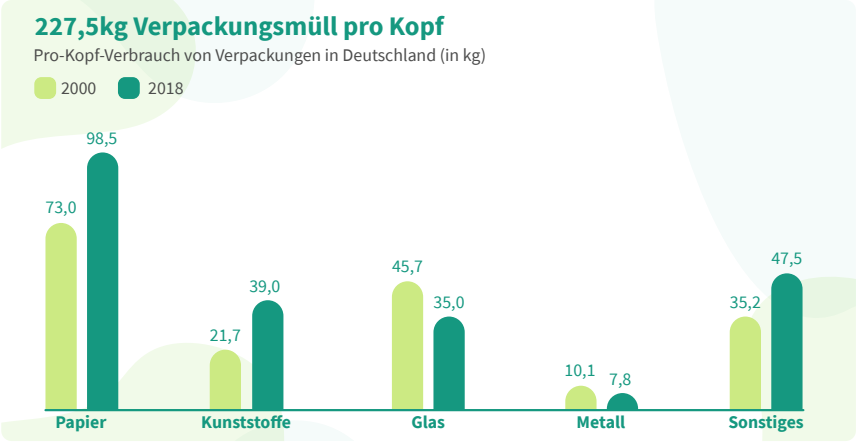


Quelle: https://de.statista.com/infografik/18320/umgang-mit-retouren-bei-deutschen-online-haendlern/

Zur Vermeidung von CO_2 bitten viele Unternehmen darum, zur Retoure freigegebene Produkte nicht zurückzuschicken. Andere denken präventiv und versuchen, mit smarter Technologie Retouren vorzubeugen. So könnte es gut sein, dass du zukünftig vorm Kauf per Augmented Reality Kleidung anprobierst und Möbel in deiner Wohnung platzierst. Erste Ansätze derartiger Lösungen sind bereits im Einsatz. Schon heute weit verbreitet ist die CO_2-Kompensation für Retouren. Dabei kannst du für deine Rücksendung ein kleines Entgelt zur Förderung klimafreundlicher Projekte zahlen. Übrigens: Dass jedes retournierte Produkt im Schredder landet, stimmt nicht. Tatsächlich werden nur 0,6 Prozent der Rückführungen entsorgt.[13]

Verpackung: Mehrweg-Materialien als Lösung

Der zweite große Kritikpunkt ist der Verpackungsmüll. Im stationären Handel kannst du deine Kaufartikel in einer selbst mitgebrachten und wiederverwendbaren Tasche transportieren. Beim Online-Shopping dagegen bekommst du die bestellte Ware im Normalfall in einem zusätzlichen Karton. Diese sind nicht selten überdimensioniert oder mit Füllmaterialien aus Kunststoff vollgestopft. Allein im Zusammenhang mit Versand entstanden 2018 in Deutschland 863.000 Tonnen Verpackungsmüll.[14]



Quelle: https://de.statista.com/infografik/19987/verpackungsverbrauch-in-deutschland/

Neues Leben für alte Verpackungen

Die gute Nachricht: Vor allem Papier und Pappe lassen sich gut recycelt – sofern sie durch ordnungsgemäße Entsorgung im Altpapier wieder in den Wertstoffkreislauf gelangen. Knapp 86 Prozent der Papiererzeugnisse können so weiterverarbeitet werden.

Quelle: https://www.harzerkartonagen.de/aktuell/180-in-puncto-umweltvertraeglichkeit-sind-wellpappverpackungen-unschlagbar

Und auch abseits von Recycling kannst du Kartons häufig eine zweite Chance geben, beispielsweise als Aufbewahrungsmöglichkeit im Haushalt oder erneut als Paketbox. Viele Online-Shops versuchen praktischerweise, größtmöglich auf Kunststoff bei der Verpackung zu verzichten. So gibt es kaum noch Styroporboxen und Plastikfächer für den Versandschein.

Ideen für die Zweitverwertung

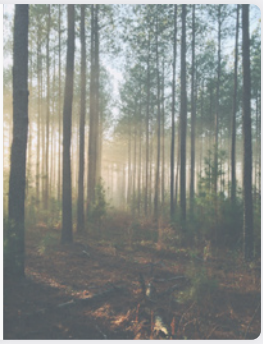
Die Industrie sucht ebenfalls nach Lösungen für die Zweitverwertung von Verpackungsmaterialien. Zum Beispiel nutzt das Versandhaus OTTO Versandtaschen aus 80 Prozent recyceltem Kunststoff. Diese können nach der Nutzung wiederverwertet werden.[15]

Der Online-Shop von OTTO nahm auch an einem Versuch des finnischen Unternehmens RePack teil. Dieses experimentiert mit einer Mehrwegverpackung für den Versandhandel: Nachdem du dein Produkt ausgepackt hast, schmeißt du die Verpackung zusammengefaltet in den Briefkasten. Die Verpackung wird von dem Unternehmen wieder aufbereitet und erneut zum Verschicken benutzt.

Hundertprozentig praxistauglich ist die Idee bislang nicht. Vor allem die Zusatzkosten sehen Online-Händler kritisch. Vielleicht zu Unrecht: 86 Prozent der Online-Shopper würden Mehrwegkartons benutzen und jeder Zweite von ihnen wäre bereit, für eine umweltfreundliche Verpackung draufzuzahlen.[16]

INFO

Du kannst schon jetzt auf nachhaltige Verpackungsmaterialien achten. Schaue zum Beispiel, ob die Kartons eines Online-Händlers FSC-zertifiziert sind. Der FSC (Forest Stewardship Council) ist eine internationale Non-Profit-Organisation, die Holzprodukte aus nachhaltigen Forstbetrieben auszeichnet.



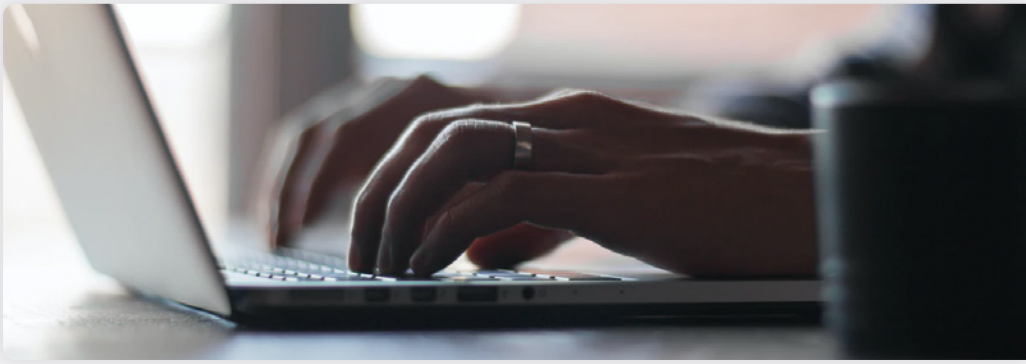
Zum Anfang

Produktion: Transparenz im E-Commerce

Grundsätzlich unterscheidet sich die Herstellung im stationärem und Online-Handel nicht – Produkt X kann sowohl in einem Webshop als auch im örtlichen Geschäft verkauft werden.

Bessere Nachvollziehbarkeit bei Online-Plattformen

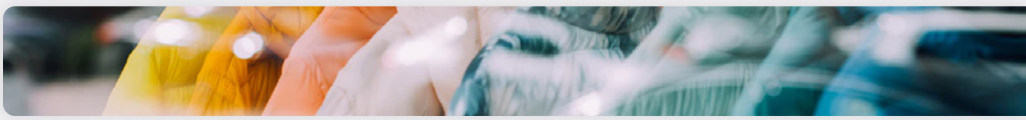
Dennoch hat der E-Commerce einen entscheidenden Vorteil: Du kannst in vielen Fällen einfacher nachvollziehen, wo und wie ein Artikel produziert wurde. Die meisten der vertrauenswürdigen Online-Stores sind um Transparenz bemüht. Neben Nachhaltigkeitssiegeln kannst du in der Produktbeschreibung Details zur Herstellung finden – beispielsweise zu den verwendeten Materialien oder der Produktionsstätte.



Theoretisch kannst du genauso im stationären Handel nach Informationen zu einem Artikel fragen. Aber dass ein Verkäufer bei jedem Produkt eine Antwort hat, ist die Ausnahme. Hinzu kommt die große Auswahl, die der Online-Handel bietet. Erscheint dir ein Produkt nicht nachhaltig genug, kannst du dich einfach für die umweltfreundlichere Alternative der Konkurrenz entscheiden. In den meisten Geschäften sind die Optionen stark begrenzt.

Konzept für eine nachhaltigere Produktion mit Zukunft

Ein spannendes neues Shopping-Konzept soll außerdem die Problematik der Überproduktion – und den damit einhergehenden Entsorgungsabfällen – lösen. Bei „Shopping on demand“ oder „Made-to-order“ wird nur das hergestellt, was auch bestellt wird. Das spart Ressourcen und hat den zusätzlichen Vorteil, dass du den Artikel individuell an deine persönlichen Vorlieben anpassen kannst.



Zum Anfang

Tipps für mehr Nachhaltigkeit beim Online-Shopping

Du kannst dazu beitragen, dein Online-Shopping nachhaltiger zu gestalten. Befolge dazu einfach fünf kleine Ratschläge

Kaufe bei nachhaltigen Händlern!

Für einen umwelt- und klimafreundlichen Einkauf achte du auf die bereits erwähnten Siegel und Zertifikate. Andererseits ist auch wichtig, dass die E-Commerce-Plattform deiner Wahl sich der Nachhaltigkeit verschrieben hat. Immer mehr Online-Händler fangen an, ihren Betrieb klimaneutral zu gestalten – beispielsweise indem sie Ökostrom nutzen oder ihre Websites bei „grünen“ Anbietern hosten.

Ein um Klimaverträglichkeit bemühter Händler wird dich das wissen lassen. Schließlich ist Nachhaltigkeit heutzutage ein Wettbewerbsvorteil. So sind zum Beispiel die (Online-)Elektrohändler Alternate und Conrad EMAS-zertifiziert. Du kannst jedoch auch noch einen Schritt weitergehen und verschiedene Angebote miteinander vergleichen. Mithilfe von Portalen für Kaufberatung und Preisvergleich findest du dein Wunschprodukt garantiert bei einem nachhaltigen Online-Händler.

Bestelle maßvoll und vorausschauend!

Dass Online-Shopping in Sachen Nachhaltigkeit vergleichsweise gut abschneidet, sollte kein Grund für ein haltloses Bestell-Feuerwerk sein. Plane deine Bestellungen so, dass möglichst wenige Einzelsendungen anfallen. Gleichzeitig solltest du vorausdenken, um Retouren zu vermeiden.

Verzichte auf Expresslieferungen!

Für uns ist es mittlerweile normal, unsere Bestellung schon am nächsten Tag zu erhalten. Für die Zusteller bedeuten schnelle Lieferungen aber Stress und Belastung. Außerdem sind mehr individuelle Touren nötig, was wiederum die Klimabilanz verschlechtert. Wenn du also etwas nicht dringend brauchst, wähle den Standardversand beim Bestellen.

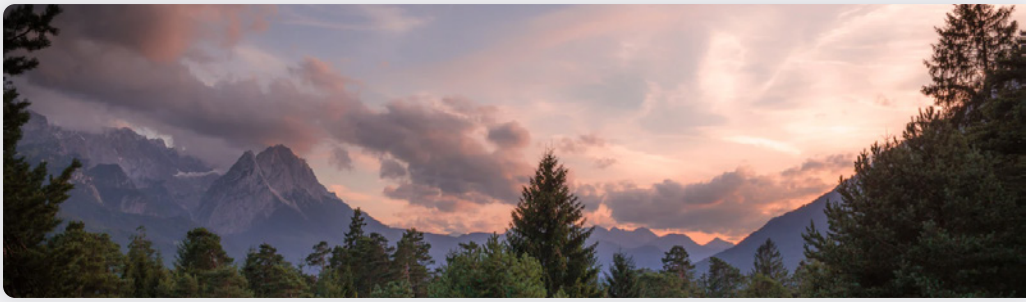
Lass den Paketboten nicht zweimal kommen!

Viele Zustellungsdienste kündigen ihre Lieferungen an. Bei manchen lässt sich der Liefervorgang sogar minutiös verfolgen. Nutze diese Möglichkeit und versuche daheim zu sein, wenn der Zusteller klingelt.

Weißt du schon vorab, dass das nicht klappt, lass deine Bestellung zu einem Paketshop liefern. Alternativ kannst du einen Nachbarn oder einen sicheren Abstellort angeben. So hilfst du, CO_2 zu sparen.

Wähle Produkte aus deiner Region!

Online kaufen, muss nicht heißen, international zu bestellen. Unterstütze nach Möglichkeit Händler und Produkte aus deiner Gegend. Das stärkt die Region und hält die Transportwege kurz. Außerdem hast du so ein besseres Bild von den Arbeits- und Produktionsbedingungen.



Nachhaltiges Online-Shoppen ist möglich

Abschließend lässt sich sagen: Du brauchst kein schlechtes Gewissen zu haben, wenn du im Internet kaufst – zumindest nicht pauschal. Bedacht und bewusst zu bestellen, kann die Klimabilanz deines Online-Shoppings verbessern. Besonders bei Artikeln, die du im Auto befördern musst, sparst du im Vergleich zum stationären Einkauf CO_2 ein. Trotzdem ist es wichtig, Unternehmen weiter zur Nachhaltigkeit zu motivieren. OTTO beispielsweise möchte bis 2030 Klimaneutralität erreichen.[17] Amazon hat sich dieses Ziel erst für 2040 gesetzt.[18] Als Kunde kannst du zeigen, wie wichtig dir Nachhaltigkeit ist. Mit jedem Kauf gibst du dem Händler ein Signal – zum Beispiel, wenn du dich für einen energieeffizientes Elektrogerät oder umweltfreundlich hergestellte Kleidung entscheidest. Nutze die Chance und gestalte dein Online-Shopping nachhaltig. Und genieße weiterhin den Komfort des Internets.

Zum Anfang

Quellenverzeichnis

Textquellen

[1] https://www.bitkom.org/sites/default/files/2020-07/200714_studienbericht-handel_2020.pdf, abgerufen am 04.02.21

[2] https://de.statista.com/statistik/daten/studie/800752/umfrage/haeufigkeit-des-online-shoppings-in-deutschland/, abgerufen am 04.02.21

[3] https://www.trustedshops.de/blog/nachhaltigkeit-online-shopping/, abgerufen am 05.02.21

[4] https://www.br.de/radio/bayern1/inhalt/experten-tipps/umweltkommissar/umwelt-ein-kaufen-online-laden-100.html, abgerufen am 05.02.21

[5] https://www.kassenzone.de/2020/11/25/e-commerce-vs-stationaerer-handel-im-grossen-klimaduell/, abgerufen am 05.02.21

[6] https://www.bitkom.org/sites/default/files/2020-07/200714_studienbericht-handel_2020.pdf, abgerufen am 05.02.21

[7] https://www.umweltbundesamt.de/daten/verkehr/emissionen-des-verkehrs, abgerufen am 05.02.21

[8] https://www.umweltbundesamt.de/umwelttipps-fuer-den-alltag/siegelkunde/blauer-engel, abgerufen am 06.02.21

[9] http://www.dcti.de/fileadmin/pdfs_dcti/DCTI_Studien/Studie_Klimafreundlich_Ein-kaufen_WEB.pdf, abgerufen am 06.02.21

[10] https://www.dpdhl.com/de/presse/specials/emobilitaet.html, abgerufen am 06.02.21

[11] https://www.dpd.com/de/de/nachhaltigkeit/klimaneutraler-paketversand/, abgerufen am 06.02.21

[12] https://www.handelsdaten.de/handelsthemen/versand-und-retourenmanagement, abgerufen am 06.02.21

[13] https://taz.de/Klimaexperte-ueber-Vertriebswege/!5739936/, abgerufen am 06.02.21

[14] https://www.zeit.de/2020/49/verpackungsmuell-online-handel-nachhaltigkeit-recycling-pfand, abgerufen am 06.02.21

[15] https://www.otto.de/unternehmen/de/was-uns-bewegt/nachhaltigkeit, abgerufen am 08.02.21

[16] https://www.bitkom.org/sites/default/files/2020-07/200714_studienbericht-handel_2020.pdf, abgerufen am 06.02.21

[17] https://www.otto.de/unternehmen/de/was-uns-bewegt/nachhaltigkeit, abgerufen am 08.02.21

[18] https://nachhaltigkeit.aboutamazon.de, abgerufen am 08.02.21

Zum Anfang

Quellenverzeichnis

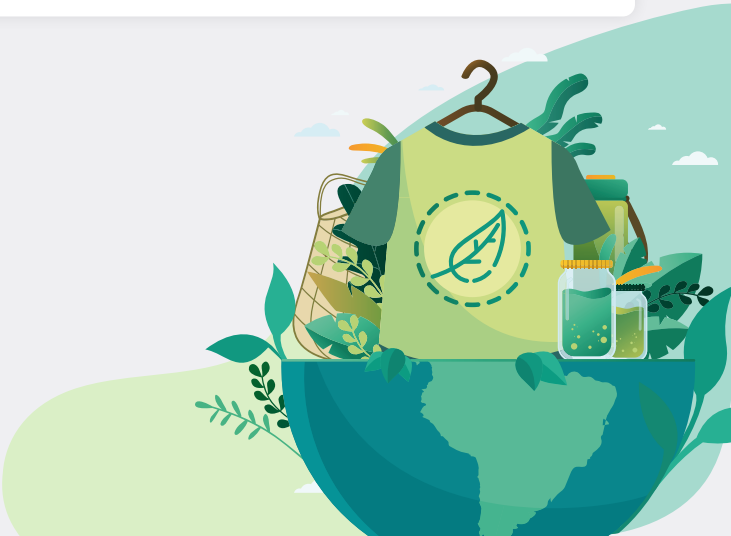
Bildquellen

Seite 3	Unsplash, @guillaumedegermain
Seite 5	Unsplash, @socialcut
Seite 7	Unsplash, @janpiatkowski
Seite 9	Unsplash, @ciabattespugnose
Seite 10	Unsplash, @chuttersnap
Seite 11	Unsplash, @ed259
Seite 12	Unsplash, @brookelark
Seite 15	Unsplash, @lucabravo
Seite 17	Unsplash, @jaymantri
Seite 18	Unsplash, @rosebox
Seite 19	Unsplash, @karsten_wuerth
Seite 22	Unsplash, @chuttersnap
Seite 25	Unsplash, @sigmund
Seite 26	Unsplash, @skamenar
Seite 27	Unsplash, @imthebear
Seite 28	Unsplash, @jordannix
Seite 29	Unsplash, @max_thehuman
Seite 32	Unsplash, @karsten_wuerth
Seite 33	Unsplash, @glenncarstenspeters

Zum Anfang

Impressum

Preisvergleich Europe GmbH
Barfüßerstr. 2a
35037 Marburg
https://www.testit.de

Preisvergleich.eu ist seit 2020 ein klimaneutrales Unternehmen.

First Climate belegte, dass entsprechende Emissionseinsparungen durch das nach dem Gold Standard zertifizierten Klimaschutzprojekt „Sauberes Trinkwasser in Kambodscha durch den Einsatz von Wasserfiltern“ ausgeglichen und die entsprechenden Emissionsminderungszertifikate stillgelegt wurden.