

## Online-Shopping

# Blauer Engel auf letzter Meile

**Online-Shopping ist nicht grundsätzlich schlecht für die Umwelt – es kann sogar klimafreundlicher sein, als mit einem Auto zu einem Geschäft zu fahren. Doch was und wie wir online einkaufen, hat so oder so Einfluss auf die CO<sub>2</sub>-Bilanz.**

Ob am heimischen Computer oder unterwegs mit dem Smartphone: Online zu shoppen, ist für uns zu einer Selbstverständlichkeit geworden. Dabei kann die digitale Bestellung unter Umständen klimafreundlicher sein als der physische Konsum vor Ort in einem Laden – vor allem dann, wenn man mit dem Auto zum Einkaufen fährt. Mit Bus oder Bahn sähe das schon anders aus. Noch besser: mit dem Fahrrad oder zu Fuß. Im konkreten Fall lässt sich aber selten exakt beurteilen, welche Einkaufsvariante aus Umweltsicht die bessere wäre.

Ob online oder im Laden – wer nur das wirklich Nötige kauft und auf umweltfreundliche Produkte achtet, vermeidet am meisten klimaschädliche Emissionen. Denn die meisten Umweltbelastungen einer Ware entstehen bei der Herstellung und während der Nutzung – weniger beim Transport. Für die Treibhausgasemissionen beim Versand eines Pakets ist weniger der gesamte Transportweg maßgeblich, sondern vor allem die sogenannte letzte Meile, also der Transport vom letzten Paketzentrum bis zum Kunden.



Wiederholte Zustellversuche, weil man nicht da ist, verschlechtern natürlich die Klimabilanz. Und auch das Zurücksenden der Ware schlägt emittierend zu Buche. Genauso übrigens, wenn die zurückgegebenen Produkte vernichtet werden.

Die Politik sollte durch Anpassungen im Steuerrecht fördern, dass Händler ihre Retouren spenden statt vernichten, fordert eine Studie im Auftrag des Umweltbundesamts (UBA). Das neue Kreislaufwirtschaftsgesetz, das im Oktober 2020 in Kraft trat, richtet sich eigentlich bereits gegen die Vernichtung von Retouren oder Neuware. Bisher fehlt jedoch eine Rechtsverordnung und somit gibt es noch keine rechtlich durchsetzbare Verpflichtung für die Händler.

Darüber hinaus liegen die größten Potenziale für einen klimafreundlicheren Onlinehandel bei den Versandverpackungen und der Logistik, besagt die UBA-Studie. Darin wurde errechnet, dass die Klimagasemissionen „pro beispielhaftem Onlineeinkauf zwischen 18 und 98 Prozent sinken“ könnten, wenn man „alle identifizierten Optimierungspotenziale“, nutzen würde. Dabei müssten alle mitmachen: Politik, Handel, Logistikunternehmen und auch die Kunden.

Beispiel Versandverpackungen: Viele Produkte sind in ihrer Verpackung bereits gut geschützt. Sie könnten ohne zusätzliche Versandumhüllung verschickt werden, so dass weniger Verpackungsmaterial verbraucht wird. Auch Mehrwegsysteme bei Versandverpackungen sollten in Zukunft stärker genutzt werden, empfiehlt das UBA.

Beispiel Logistik: 80 Prozent der Treibhausgasemissionen je Lieferung auf der „letzten Meile“ könnten durch Elektrifizierung der Lieferfahrzeuge und durch Lieferkonzepte mit Zwischenlagern, sogenannten Micro-Hubs, und Lieferfahrrädern vermieden werden. Die Politik könne hier fördernd eingreifen und zum Beispiel Ladeinfrastruktur und Raum für Micro-Hubs bereitstellen, schlägt die Studie vor. Unternehmen, die bereits Lieferungen umweltschonend auf den letzten Metern anbieten, können ihr Umweltengagement mittlerweile auch mit dem Umweltzeichen Blauer Engel kennzeichnen. (tb)

► Die 70-seitige UBA-Studie *Ökologisierung des Onlinehandels* steht bereit unter <https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/die-oekologisierung-des-onlinehandels-neue>

## So geht klimafreundlicher Onlinehandel:

**1. Bevorzugen Sie umweltfreundliche Produkte.** Informieren Sie sich vorm Kauf, auf was bei einzelnen Dingen aus Umweltsicht besonders zu achten ist. Achten Sie auf Umweltsiegel. Nutzen Sie Onlineshops, die sich auf umweltfreundliche Waren spezialisiert haben und zertifizierte nachhaltige Produkte anbieten. Nutzen Sie Secondhandbörsen. Auch fürs Leihen, Tauschen und Teilen bieten Onlineplattformen Lösungen an.

**2. Vermeiden Sie Retouren.** Nehmen Sie sich Zeit für die Auswahl. Lesen Sie Beschreibungen und schauen Sie sich Fotos genau an. Nutzen Sie bei Kleidung oder Schuhen Größentabellen. Vergleichen Sie Größenangaben auch Produkte bei Ihnen zu Hause. Lesen Sie Bewertungen anderer Kunden. Diese geben Einschätzungen und Einsichten. Kaufen Sie im Zweifel lieber vor Ort. So vermeiden Sie Retouren und unterstützen den Einzelhandel Ihrer Umgebung.

**3. Vermeiden Sie Einzelbestellungen.** Bestellen Sie Waren gebündelt, und vermeiden Sie Spontankäufe einzelner Produkte. Werden zwei Bücher in einem Paket geliefert, verursacht das natürlich weniger Transportaufwand, als wenn jedes Buch einzeln verschickt wird. Kaufen Sie als nach Möglichkeit nur bei einem Händler.

**4. Lassen Sie Ihr Paket nicht warten.** Für die Emissionen eines Pakets ist die „letzte Meile“ entscheidend, also der Weg vom letzten Paketzentrum zum Kunden. Ungünstig ist es, wenn Zustellversuche erfolglos sind und wiederholt werden. Stellen Sie sicher, dass Sie das Paket beim ersten Mal erreicht. Holen Sie Ihre Produkte in Paketstationen oder Paketshops selbst ab – so werden Emissionen eingespart, da die Lieferdienste weniger Stationen anfahren müssen.

**5. Nutzen Sie Mehrwegverpackungen.** Einige Onlineshops bieten an, ihre Ware in Mehrwegverpackungen oder in der Originalverpackung ohne extra Verpackung zu senden. Nutzen Sie diese Möglichkeit. Sie verringern dadurch die durch Versandverpackungen entstehende Abfallmenge und schonen Ressourcen. Verwenden Sie Kartons und Verpackungsmaterialien wieder.

► Worauf aus Umweltsicht zu achten ist: <https://www.umweltbundesamt.de/umwelttipps-fuer-den-alltag>

► Einen Labelratgeber finden Sie hier: <https://www.umweltbundesamt.de/umwelttipps-fuer-den-alltag/uebergreifende-tipps/siegel-label>

► Alles über Leihen, Tauschen, Teilen gibt es unter: <https://www.umweltbundesamt.de/themen/leihen-tauschen-teilen-0>

### Online-Handel wächst und wächst

► Der Umsatz im Onlinehandel ist von etwa 24 Mrd. Euro (netto) 2011 auf 98 Mrd. Euro im Jahr 2021 gestiegen und hat sich somit in nur zehn Jahren vervierfacht.

► Diese Entwicklung hat sich durch Corona beschleunigt: Von 2019 auf 2020 stieg der Umsatz um 23 Prozent und zwischen 2020 und 2021 um 19 Prozent. Das bedeutet eine Steigerung um viele Millionen Pakete.

► Jede siebte Bestellung kommt zurück.

► Bis 2025 will die DHL erreichen, dass zehn Prozent aller von ihr beförderten Pakete über bundesweit mehr als 12.000 Packstationen zugestellt werden. Quellen: HDE, Onlinehändlernews, DHL