

Pressemitteilung

Freiburg/Berlin, 14. April 2022

Nachhaltigkeit im Onlinehandel: Produkt bestimmt Großteil der Emissionen

Der Umsatz im Internet- und Versandhandel wuchs im Jahr 2021 um mehr als ein Drittel gegenüber 2019. Am meisten werden Bekleidung und Schuhe online gekauft. Doch was ist besser fürs Klima: Online bestellen oder einkaufen vor Ort? Darauf antwortet Forscherin Dr. Nele Kampffmeyer im Podcast „Wenden bitte! Der Podcast zu Wissenschaft und nachhaltigen Transformationen“ des Öko-Instituts.

[Zum Podcast des Öko-Instituts](#)

Faktoren für die Nachhaltigkeitsbewertung

„Ob ein Einkauf nachhaltig ist, bestimmt an erster Stelle das Produkt, das im Warenkorb landet“, fasst Kampffmeyer zusammen. „Das gilt für den Online- und Offline-Handel.“ Die erste Frage, die sich Käuferinnen und Käufer deshalb stellen sollten: „Ist das Produkt nachhaltig hergestellt?“ und als zweites: „Brauche ich es überhaupt?“

Darüber hinaus sind Logistik und Transport für den Klimafußabdruck wichtig: Mit welchem Verkehrsmittel fährt man selbst zum Geschäft im stationären Handel? Wie wird das online bestellte Produkt bis zur Haustür geliefert? Besonders die „letzte Meile“ schlägt hier bei den Emissionen zu Buche. Vor allem, weil dort teilweise wenig ausgelastete Kleintransporter eingesetzt werden.

„Kritisch ist die sogenannte ‚Instant Delivery‘ zu bewerten, das heißt wenn ein Produkt am selben Tag bestellt und ausgeliefert wird“, sagt Kampffmeyer. Denn hier lässt sich eine effiziente Logistik schwer umsetzen. Doch immer häufiger wird für die letzte Meile inzwischen auf Lastenräder gesetzt – hierdurch werden die Logistikemissionen deutlich gesenkt.

Auch das Ladengeschäft oder das Lager der Online-Händler verursachen Emissionen: Wie werden die Räume beheizt? Wie wird der Strom erzeugt? Gibt es eine Kühlung? Im Vergleich dazu fallen Versandverpackungen nicht so stark ins Gewicht. Die ideale Verpackung sei hier Mehrweg, doch bei ihrer Nutzung stehe man in Deutschland leider noch am Anfang.

Retouren: Pflicht zur Berichterstattung, Vernichtung stoppen

Ein großer Faktor bei der CO₂-Bilanz seien die Retouren. Wie groß das Problem tatsächlich ist, so bemängelt Kampffmeyer, sei nicht bekannt, da es hierzu keine zuverlässigen Daten gebe. Gerade die großen Onlinehändler geben hierzu keine Auskunft. Deshalb plädiert sie für eine Pflicht zur Berichterstattung.

Darüber hinaus werden retournierte Artikel entweder als A- oder B- Ware wiederverkauft oder vernichtet und das aus zwei Gründen: Entweder, weil die

Pressekontakt

Telefon: +49 30 405085-333

E-Mail: presse@oeko.de

Öffentlichkeit & Kommunikation

Mandy Schoßig

Borkumstraße 2

D-13189 Berlin

Telefon: +49 30 405085-334

E-Mail: m.schoessig@oeko.de

Produkte beschädigt sind oder aus hygienischen Gründen, zum Beispiel geöffnete Kosmetika. Oder aus betriebswirtschaftlichen Gründen, etwa, weil die Wiederaufbereitung zu teuer ist – je nach Artikel sind das zwischen fünf und 20 Euro – oder weil es teurer ist, die Lagerkosten zu zahlen, als das Produkt zu vernichten.

„Die Vernichtung von Retouren darf aus Klimasicht nicht sein“, so Kampffmeyer. Jedoch sei die Vernichtung nicht auf den Onlinehandel beschränkt, sondern betreffe auch den stationären Handel, zum Beispiel wenn die textile Saisonware nicht komplett abverkauft wurde. Auch hier müssten die Berichtserstattungspflicht und das Kreislaufwirtschaftsgesetz greifen.

Wissen statt Alltagsberatung

Der Podcast „Wenden bitte!“ des Öko-Instituts richtet sich an alle mit politischem und ökologischem Interesse aus Politik, Wissenschaft, Medien, NGOs und Öffentlichkeit. Den Podcast moderiert Nadine Kreuzer, Journalistin und Moderatorin unter anderem mit Schwerpunkt auf Nachhaltigkeitsthemen. 45 bis 60 Minuten spricht sie mit Mandy Schoßig, Leiterin Öffentlichkeit & Kommunikation, und jeweils einem Gast über anstehende Nachhaltigkeitstransformationen – genug Zeit für die „Langstrecke der Umweltpodcasts“.

Staffel 2

[Episode 3: „Kann der Onlinehandel nachhaltig sein?“ mit Dr. Nele Kampffmeyer, erschienen am 14. April 2022](#)

[Episode 2: „Brauchen wir die Kernenergie für den Klimaschutz?“ mit Dr. Christoph Pistner, erschienen am 10. März 2022](#)

[Episode 1: „Wie viel Klimaschutz kann die EU?“ mit Sabine Gores, erschienen am 28. Januar 2022](#)

Staffel 1 (2021)

[Episode 1: „Warum ist Wasserstoff der Champagner der Energiewende?“ mit Dr. Felix Chr. Matthes, erschienen am 8. April 2021](#)

[Episode 2: „Wie geht es mit dem Flugverkehr nach Corona weiter?“ mit Jakob Graichen, erschienen am 21. Mai 2021](#)

[Episode 3: „Was bringt die Bürgerbeteiligung bei der Endlagersuche?“ mit Julia Mareike Neles, erschienen am 1. Juli 2021](#)

[Episode 4: „Wie verlängern wir das Leben unserer Elektrogeräte?“ mit Siddharth Prakash, erschienen am 5. August 2021](#)

[Episode 5: „Wie sozial kann die Energiewende sein?“ mit Dr. Katja Schumacher, erschienen am 23. September 2021](#)

[Episode 6: „Was bringen internationale Klimaverhandlungen?“ mit Anke Herold, erschienen am 28. Oktober 2021](#)

Der Podcast ist erhältlich auf allen gängigen Podcast-Portalen – etwa bei [Apple Podcasts](#) sowie bei [Spotify](#)

[Zum Podcast auf der Website des Öko-Instituts mit Shownotes und weiteren Hintergrundinformationen](#)

Pressekontakt

Telefon: +49 30 405085-333

E-Mail: presse@oeko.de

Öffentlichkeit & Kommunikation

Mandy Schoßig

Borkumstraße 2

D-13189 Berlin

Telefon: +49 30 405085-334

E-Mail: m.schoessig@oeko.de

Ansprechpartnerin am Öko-Institut

Mandy Schoßig
Leiterin des Referats
Öffentlichkeit & Kommunikation
Öko-Institut e.V., Büro Berlin
Telefon: +49 30 405085-334
E-Mail: m.schossig@oeko.de

Das Öko-Institut ist eines der europaweit führenden, unabhängigen Forschungs- und Beratungsinstitute für eine nachhaltige Zukunft. Seit der Gründung im Jahr 1977 erarbeitet das Institut Grundlagen und Strategien, wie die Vision einer nachhaltigen Entwicklung global, national und lokal umgesetzt werden kann. Das Institut ist an den Standorten Freiburg, Darmstadt und Berlin vertreten.

www.oeko.de | blog.oeko.de | twitter.com/oekoinstitut | www.oeko.de/e-paper

Pressekontakt

Telefon: +49 30 405085-333
E-Mail: presse@oeko.de

Öffentlichkeit & Kommunikation

Mandy Schoßig
Borkumstraße 2
D-13189 Berlin

Telefon: +49 30 405085-334
E-Mail: m.schossig@oeko.de
