

# CLIMATE PIONEERS

SHAPING FUTURE



# NACHHALTIGKEIT IM E-COMMERCE

10 nachhaltige Maßnahmen für E-Commerce und OM

---

AUFLAGE 1.0

CLIMATE PIONEERS GMBH

Frankenwerft 11

50667 Köln

Das Handbuch wurde als ein Gemeinschaftsprojekt innerhalb der Climate Pioneers GmbH erstellt.

© Der/die Herausgeber bzw. der/die Autor(en), exklusiv lizenziert durch Climate Pioneers GmbH in Köln.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung der Unternehmung. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten.

Climate Pioneers, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder Climate Pioneers, noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Climate Pioneers bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Dieses Buch über Handlungsempfehlungen im Unternehmensalltag ist ein Werk der eingetragenen Gesellschaft Climate Pioneers GmbH.

Die Anschrift der Gesellschaft lautet:

Frankenwerft 11, 50667 Köln, Deutschland



# WIR SIND CLIMATE PIONEERS



Climate Pioneers ist die erste Adresse für Nachhaltigkeitsberatung. Wir helfen Unternehmen, sich im Bereich der Nachhaltigkeit richtig zu positionieren und wollen gemeinsam mit der Wirtschaft und der Gesellschaft dazu beitragen, den Klimawandel einzudämmen und die soziale Entwicklung und den fairen Handel im In- und Ausland zu fördern. Mit über 10 Jahren Erfahrung wissen wir genau, mit welchen Maßnahmen wir Unternehmen nachhaltiger gestalten können. Unser Team verfügt über ein breites Spektrum an Fachwissen und Erfahrung. Von komplexen technischen Ansätzen bis hin zum eigenständigen pflanzen von Bäumen im In- und Ausland sowie der authentischen Außendarstellung diverser Maßnahmen decken wir jegliche Bereiche transparent ab. In dem Prozess stellen wir uns regelmäßig neuen Herausforderung, um einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess zu gewährleisten.

*P. Köhler* | *R. Kracht*

Patrick Köhler | Robin Kracht  
Geschäftsführer



# UNSERE ANGEBOTE



Gemeinsam mit Ihnen entwickeln wir passende Strategien und Visionen für die Zukunft Ihres Unternehmens.

Mit den 10 Hinweisen für ein nachhaltiges E-Commerce, können Sie durch die richtigen Maßnahmen unmittelbar zu einer nachhaltigeren und ressourcenschonenderen Welt beitragen.

Gerne unterstützen wir Sie ebenfalls in folgenden Bereichen:



## **CO<sub>2</sub>-Bilanzierung**

Wir berechnen den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck für Ihr Unternehmen, Produkt, Event oder Projekt und stellen Ihnen einen detaillierten Report zur Verfügung.

## **Sustainable HR**

Die Menschen in Ihrem Unternehmen sind Ihr größtes Kapital. Entdecken Sie unsere nachhaltigen Angebote im Bereich HR.

## **Aufforstung & CO<sub>2</sub>-Offsetting**

Mit weltweiten Projekten in 100% Eigenregie bieten wir Ihnen nachhaltige und transparente Lösungen.

## **Plastik-Fußabdruck**

Wir berechnen den Plastik-Fußabdruck für Ihr Unternehmen, Produkt, Event oder Projekt und stellen Ihnen einen detaillierten Report zur Verfügung.

# Whitepaper: Nachhaltigkeit im E-Commerce

Die Belastung der Natur, der fortschreitende Klimawandel und der zunehmende Rohstoffmangel gehören zu den größten Herausforderungen unserer Zeit. Damit wir auch in Zukunft in einer gesunden Welt leben und unsere Erde für nachfolgende Generationen erhalten können, müssen wir jetzt handeln! Erfreulicherweise gibt es immer mehr Bestrebungen, nachhaltiger zu handeln. Mehr Konsumenten als je zuvor legen Wert auf regionale, umweltfreundliche und soziale Produkte. Und auch Wirtschaftsunternehmen haben verstanden, dass nachhaltige Prozesse eine wichtige Voraussetzung für erfolgreiches unternehmerisches Handeln sind - in der Zukunft aber auch im Hier und Jetzt.

Wie können wir also ressourcenschonend wirtschaften? In diesem Whitepaper möchten wir Ihnen zeigen, was beachtet werden muss, um nachhaltiges E-Commerce zu betreiben.

## **Herausgeber:**

Climate Pioneers GmbH  
Frankenwerft 11  
50667 Köln



# Klimafreundliche Verpackungen

Von Luftpolsterfolie über Klebebänder und Etiketten bis hin zu anderen Füllstoffen – die Materialien, die zum Verpacken und Verschließen von Sendungen verwendet werden, sind vielfältig. Viele dieser Materialien können heutzutage problemlos nachhaltig hergestellt werden! Bevor neue Verpackungsmaterialien aus Maisstärke oder Luftpolsterfolie aus Altpapier bestellt werden, sollte der Lagerbestand kontrolliert und die Altbestände aufbraucht werden. Bestell- und Versandbestätigungsmails haben so hohe Öffnungsraten, dass auf unnötiges Papier in dem Paket verzichtet werden kann.



# Teillieferungen vermeiden

Die meisten Kunden möchten die bestellten Artikel so schnell wie möglich erhalten. Schnelligkeit ist daher im Onlinehandel ein wesentlicher Faktor, um bei der Kundschaft Pluspunkte zu sammeln. Daher werden Lieferungen teilweise in mehreren Paketen versendet, dazu bleibt häufig auch keine Wahl, beispielsweise wenn Artikel über Amazon Prime versendet werden.

Es gilt jedoch: Je weniger Pakete unterwegs sind, desto besser. Teillieferungen verursachen selbstverständlich mehr CO<sub>2</sub>. Daher sollten Bestellungen nach Möglichkeit immer zusammen verpackt werden. Wenn nicht komplett auf den Pluspunkt der Schnelligkeit verzichten werden soll, kann dem Kunden auch die Möglichkeit geboten werden, zwischen Teil- und Einzellieferung zu wählen.



# Retourenmanagement

Um Müll und unnötigen CO<sub>2</sub>-Ausstoß zu vermeiden, sollten Unternehmen Strategien entwickeln, um Retouren zu reduzieren. Grundlage sind aussagekräftige Produktbilder und -texte. Mit den Produktbildern und -texten können die Erwartungen der Kundschaft gelenkt werden und effektiv Retouren vermieden werden. Auch Onlineshops, die Retouren nicht kostenlos anbieten, können viele Rücksendungen vermeiden. Die Kehrseite der Medaille: Kunden schrecken eher vor dem Kauf zurück, wenn die Retoure kostenpflichtig ist. Wenn dieser Schritt in den Fokus rückt, sollten die klimaschädlichen Auswirkungen von Retouren offen kommuniziert werden.



# CO2-Ausgleich im Versand

Nachhaltiger E-Commerce trifft den Nerv der Zeit. Laut dem Climate Awareness Report sehen 77% der Befragten Unternehmen in der Verantwortung, aktiv zu werden und Klimaschutzmaßnahmen zu treffen. Die CO2-Emissionen von Produkten sowie Klimaneutralität sind dabei Themen, mit der sich eine Vielzahl der befragten Konsumenten beim Einkauf beschäftigt. Ein guter Weg, ein E-Commerce-Unternehmen nachhaltiger zu gestalten, ist daher das Zahlen eines CO2-Ausgleichs. Onlineshops, die einen Ausgleich zahlen, investieren für jede Sendung in Klimaschutzprojekte und gleichen so die durch den Versand entstehende Klimaschädigung aus. Die Mehrkosten liegen dabei pro Paket im überschaubaren Cent-Bereich.



# Intelligentes Liefermanagement

Ein Großteil des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes fällt bei der Lieferung an. Je nach Distanz und Versandgeschwindigkeit werden die Pakete über Straßen, Schienen, Wasser- oder Luftwege zu den Konsumenten gebracht. Dabei sind nicht alle Transportmittel gleich schädlich und mit wenigen Anpassungen kann der Transport klimaschonender gestaltet werden.

Achten Sie darauf, die Verpackungsgröße genau an die Waren anzupassen. So sparen Sie Verpackungsmaterial, Platz im LKW und Porto, während sich der Kunde über weniger Papiermüll freut.



# Umweltmanagement Strategie

Um dauerhaft auf einem nachhaltigen Kurs zu bleiben, sollten Daten erhoben werden und der Onlineshop mithilfe von Kennzahlen systematisch ausgerichtet werden. Mit strategischem Umweltmanagement kann Optimierungspotenzial entdeckt und genutzt werden. Es ermöglicht Fortschritte und Bestrebungen festzuhalten, welche so kommuniziert werden können, sodass ein Unternehmen als transparent und bemüht wahrgenommen wird. Es gibt zahlreiche KI-Lösungen, die es ermöglichen, mithilfe von KI effizienter und nachhaltiger zu werden. Die Bandbreite reicht von verbesserter Logistik über Ressourceneffizienz bis hin zur Vermeidung von Retouren.



# Nachhaltige Produktion

Der wohl offensichtlichste Tipp ist in vielen Fällen verhältnismäßig schwer umsetzbar. Womöglich vertreibst du Produkte, die per se nicht mit Nachhaltigkeit vereinbar sind (z.B. Einweg-Plastikbesteck).

Eine Idee für nachhaltigere Produktion, die branchenunabhängig ist, ist die Wahl der Produktionsstätte. Wenn Ihre Waren in Europa vertrieben werden, bietet es sich an, auch in Europa zu produzieren. Dadurch reduziert sich der CO<sub>2</sub>-Ausstoß durch geringere Transportwege, sorgt für lokale Arbeitsplätze und kann auch leichter Produktionsbetrieb überprüfen.



# Umweltfreundliche Websites

Ein Aspekt, der häufig vergessen wird: auch Informationstechnologien belasten unsere Erde. Aktuell sind grüne Webhosts noch in der Unterzahl, doch das Angebot wächst stetig. Diese grünen Hosts haben sich zum Ziel gesetzt, das Web nachhaltiger zu machen. So wird beispielsweise für jeden Account ein Baum gepflanzt oder nur Strom aus umweltfreundlicher Wasserkraft verwendet.

Auch schlanke Websites verringern den Datentransfer und somit auch den CO<sub>2</sub>-Ausstoß. Der Verzicht auf große Dateien erfreut somit nicht nur den Besucher durch die schnellere Ladezeit – gleichzeitig wird Energie gespart.



# Re-Commerce

Re-Commerce bezeichnet die Wiederverwendung von Produkten und Materialien, die auf einem Marktplatz für gebrauchte Produkte wieder in den Kreislauf des Marktes überführt werden. Der Ansatz bietet neben der Verlängerung der Produktlebenszeit und der damit einhergehenden Reduktion von Emissionen auch zusätzliche Umsatzpotenziale für Unternehmen.



# Verbessertes Service

Ein guter Kundenservice mit persönlicher Kommunikation per Telefon oder Chat vor und nach dem Kauf lassen sich Fehlkäufe vermeiden und die Umtauschhäufigkeit reduzieren. Zudem steigt die Kundenzufriedenheit, wenn die Möglichkeit besteht, getätigte Bestellungen zu ändern oder schlicht und einfach gut beraten zu werden.

Auch Chatbots können wesentlich zur Kundenzufriedenheit im Bestellprozess beitragen.

# KONTAKTDETAILS



+49 176 3232 5943



info@climate-pioneers.de



Frankenwerft 11, 50667 Köln



www.climate-pioneers.de