

Grünes Online-Shopping

Die Lockdowns während der Corona-Krise haben unter anderem eines deutlich gemacht: Die Lieferung im Online-Handel produziert unverhältnismäßig viel Verpackungsmüll. Mehr als die Hälfte des ökologischen Fußabdrucks eines Online-Kaufs verursachen Einwegkartonage, Füllmaterial, Plastikbehälter und andere Materialien, die am Schluss als Müll entsorgt werden.¹ Aber auch zusätzliches Güterverkehrsaufkommen durch die Rücknahme von Waren belastet im Online-Handel die CO₂-Bilanz (siehe Thema [Lieferung auf der letzten Meile](#)). Eine Strategie, um Online-Shopping nachhaltig zu gestalten, ist es, auf umweltfreundliche Verpackungsalternativen zu setzen. Das sind bspw. Verpackungen aus recycelten (z. B. Papier, Plastik) oder biologischen Materialien (z. B. Pilze, siehe Thema [Biobasierte Zukunftsmaterialien](#)). Eine andere Strategie ist es, Verpackungsmüll zu vermeiden. Zum Beispiel hat ein Wiener Start-up² ein innovatives Geschirr-Ausleih-System entwickelt, das für Partnerbetriebe Edelstahlgefäße zur Verfügung stellt, in denen das Essen ausgeliefert wird. Die Behälter werden per Elektrofahrrad in eine energieeffiziente und wassersparsame Waschanlage gebracht und für die Wiederverwendung gereinigt. Ein ähnliches System hat ein finnisches Start-up³ entwickelt, mit dem Unterschied, dass es sich um wiederverwendbare Einpacktaschen handelt, die einfach von KonsumentInnen per Aufklebeetikett und Posteinwurf retourniert werden können. Die Liste an innovativen Beispielen für Grünes Online-Shopping ist lang,⁴ selbst die Stadt Wien kooperiert mit einem österreichischen Becherproduzenten, um ein flächendeckendes Mehrwegsystem mit Rückgabestationen zu ermöglichen.⁵ Flankiert werden solche Unternehmungen von neuen digitalen Tools und Methoden, die auf eine entsprechende Bewusstseinsbildung bei Logistik und Versand, sowie eine Veränderung des Konsumverhaltens abzielen. In einem österreichischen Forschungsprojekt⁶ wird beispielsweise ein Online-Bestellsystem entwickelt, das nachhaltige Gütermobilität durch angepasstes KundInnenverhalten stärken soll, indem umweltschonende Zustelloptionen visuell hervorgehoben und die NutzerInnen bei gewünschtem Verhalten belohnt werden. Zusätzlich werden mithilfe von Maschinellem Lernen (ML) automatisch inkonsistente oder falsche Größenangaben korrigiert, um Rücksendungen zu vermeiden. Aber auch Online-Leitfäden,⁷ die Unternehmen bei der nachhaltigen Gestaltung ihrer Lieferketten anleiten, unterstützen die Bewusstseinsbildung. Darüber hinaus entstehen neue Geschäftsmodelle, die auf

¹ derstandard.at/story/2000101251071/wie-onlineshopping-gruen-werden-koennte.

² skoonu.com

³ repack.com.

⁴ Zu erwähnen ist der US-amerikanische Shootingstar Tom Szaky mit seinem Zero-Waste-(Kein-Abfall-)System Loop; loopstore.com.

⁵ mycoffeecup.at/de.

⁶ donau-uni.ac.at/de/forschung/projekt/U7_PROJEKT_4294969313.

⁷ Siehe z. B. gvbw.de/#prozesse.

die Unterstützung von KMUs bei der Umstellung auf einen nachhaltigen Online-Versand abstellen.⁸ Der Weg zum grünen Online-Shopping scheint bereit, doch eine Frage bleibt unbeantwortet: Wie kann zukünftig das volle Potenzial digitaler Mehrwegsysteme ausgeschöpft werden, wenn die Mehrheit der Angebote auf die jeweiligen Anbieter beschränkt ist?⁹ Wie kann Online-Shopping wirklich grün werden, wenn der Erfolg von Müllvermeidung an der Marktmacht der digitalen Plattform, den wirksamsten Online-Tools oder der Verfügung über die attraktivsten Rückgabestationen hängt? Wünschbar wären zukünftig transparente, flächendeckend zugängliche und universell nutzbare Sammelsysteme, die das Zukunftspotenzial von grünem Online-Shopping voll ausschöpfen. Ein Foresight könnte die langfristigen Rahmenbedingungen dafür gemeinsam mit relevanten Stakeholdern explorieren.

⁸ getbyrd.com/nachhaltigkeit-bei-byrd/.

⁹ logistikknowhow.com/e-commerce/green-logistic-wie-laesst-sich-der-onlinehandel-nachhaltiger-gestalten/.