

ZUKUNFT IM E-COMMERCE

Nachhaltigkeit im E-Commerce



Landsiedel

0

Nachhaltigkeit im E-Commerce

Einführung

Nachhaltigkeit im E-Commerce

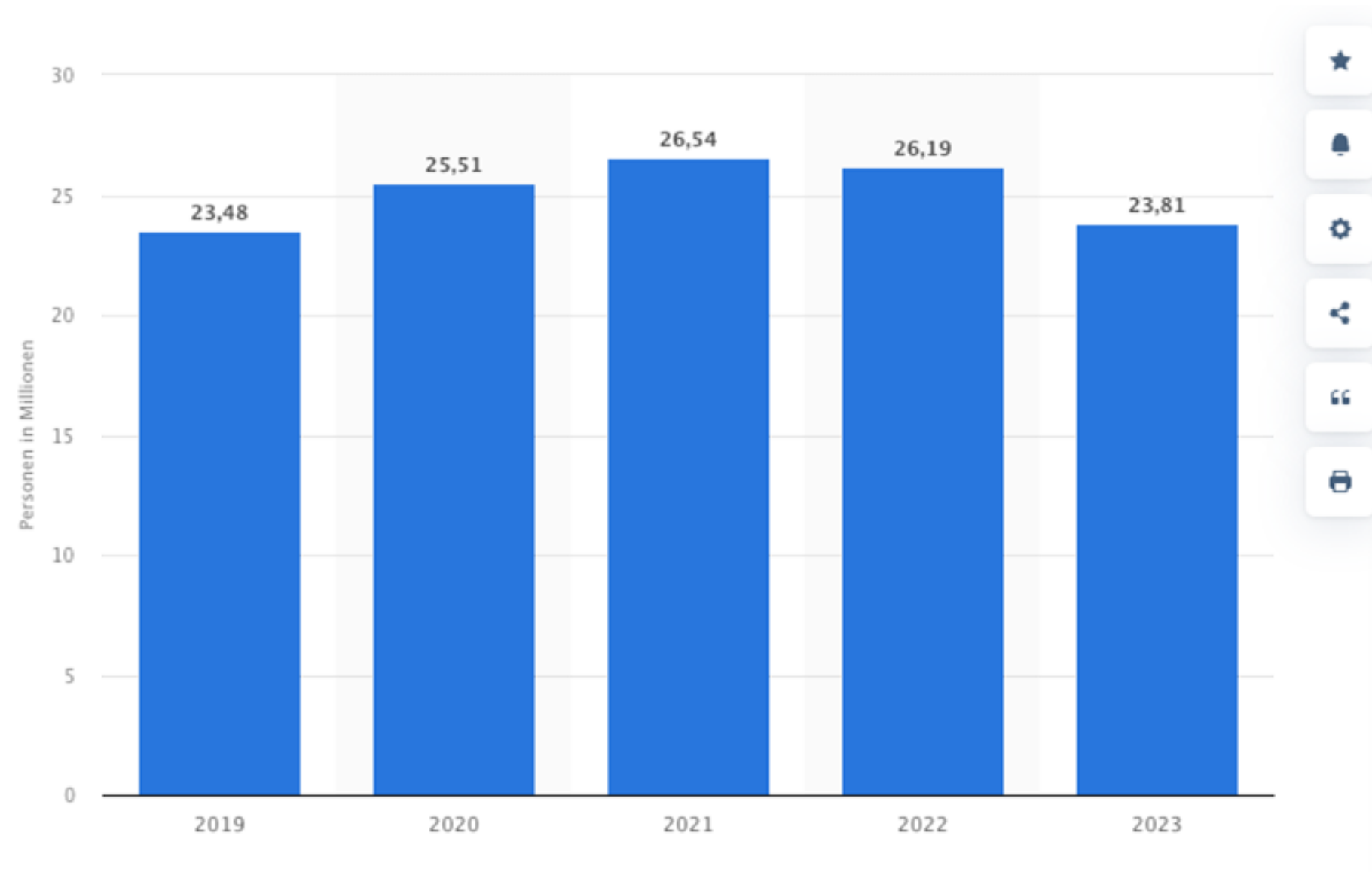
Einführung in das Thema



- Bewusstsein für nachhaltige Praktiken ist in den letzten Jahren weltweit gestiegen
- Verbraucher achten auch auf die Ethik und Umweltfreundlichkeit
- Bezieht sich auch auf Produkte oder Dienstleistungen

Nachhaltigkeit im E-Commerce

Einführung in das Thema



Quelle: <https://de.statista.com/>

- Durchschnittlich sind 30% der Deutschen bereit für nachhaltige Produkte mehr zu zahlen
- Nachfrage nach Transparenz der Herkunft der Produkte und der gesamten Lieferkette steigt

Nachhaltigkeit im E-Commerce

Einführung in das Thema

- Unternehmen erkennen, dass Nachhaltigkeit nicht nur eine moralische Verpflichtung ist, sondern auch ein starkes Geschäftsmodell darstellen kann
- Nachhaltige Unternehmen haben oft eine höhere Kundenbindung und können sich besser auf dem Markt differenzieren
- Unternehmen können auch von staatlichen Anreizen, Subventionen oder Steuervergünstigungen profitieren
- Ansatz: Globale Lösungen und Partnerschaften
- Ansatz: Lokale Initiativen, um Gemeinschaften zu unterstützen

1

Nachhaltigkeit im E-Commerce

Definition und Erklärung

Der Begriff Nachhaltigkeit bezieht sich darauf, dass die gegenwärtigen Bedürfnisse erfüllt werden, ohne die Fähigkeit zukünftiger Generationen zu beeinträchtigen, ihre eigenen Bedürfnisse zu erfüllen. Es geht darum, Ressourcen klug und effizient zu nutzen und dabei Umwelt, Soziales und Wirtschaft in Einklang zu bringen.

Nachhaltigkeit im E-Commerce

Definition und Erklärung

01

Reduktion des CO₂-Fußabdrucks,
umweltfreundliche Verpackung,
Reduzierung von Rücksendungen,
effiziente Lieferketten.

Ökologisch

02

Faire Arbeitsbedingungen,
ethische Beschaffungspraktiken,
Inklusivität, Unterstützung lokaler
Gemeinschaften.

Sozial

03

Langlebige Produkte, ethische
Preisgestaltung, Investition in
nachhaltige Technologien und
Praktiken, die auch wirtschaftlich
tragfähig sind.

Wirtschaftlich

Nachhaltigkeit im E-Commerce

Definition und Erklärung - Herausforderungen

- Die digitale Natur des E-Commerce stellt einige Herausforderungen dar
- Energieverbrauch von Servern
- Elektronikabfälle
- Übernutzung von Verpackungen
- Umweltauswirkung und Rücksendungen

Nachhaltigkeit im E-Commerce

Definition und Erklärung - Messung



1. ...
2. ...
3. ...

Es gibt verschiedene Tools und Zertifikate wie z.B.

- Carbon Footprint-Rechner
- Fair Trade-Zertifizierung
- B-Corp-Zertifizierung



Landsiedel

2

Nachhaltigkeit im E-Commerce Nachhaltigkeitsinitiativen

Nachhaltigkeit im E-Commerce

Nachhaltigkeitsinitiativen - Prinzipien

- ✓ Verständnis für den Lebenszyklus von Produkten
- ✓ Priorisierung der Kreislaufwirtschaft
- ✓ Einsatz für soziale Fairness und ethisches Handeln

Nachhaltigkeit im E-Commerce

Nachhaltigkeitsinitiativen - CO2 Ausgleich

- Zusammenarbeit mit Wiederaufforstungsprojekten
- CO2-neutrale Versandoptionen und Logistik
- Investition in erneuerbare Energien für Betriebsprozesse

Nachhaltigkeit im E-Commerce

Nachhaltigkeitsinitiativen - Verpackung

- Verwendung von Zero-Waste- oder Mehrwegverpackungen
- Optimierung der Lieferketten zur Verringerung des Transportbedarfs
- Einführung von lokalen Lieferzentren oder Hubs

Nachhaltigkeit im E-Commerce

Nachhaltigkeitsinitiativen - Kreislaufwirtschaft

- Rücknahmeprogramme für Produkte oder Teile zur Wiederverwendung
- Anreize für Kunden zur Rückgabe oder zum Recycling
- Partnerschaften mit Upcycling- oder Recyclingunternehmen

Nachhaltigkeit im E-Commerce

Nachhaltigkeitsinitiativen - Transparenz

- Veröffentlichung von Nachhaltigkeitsberichten
- Interaktive Plattformen, um Kunden über Nachhaltigkeitsbemühungen zu informieren
- Belohnungs- oder Treueprogramme, die auf nachhaltige Praktiken ausgerichtet sind

3

Nachhaltigkeit im E-Commerce Auswirkungen auf die Betriebskosten

Nachhaltigkeit im E-Commerce

Auswirkungen auf Betriebskosten

01

Investitionskosten und ROI

- | Anfangsinvestition in nachhaltige Technologien oder Prozesse
- | Längerfristige Rendite durch geringeren Ressourcenverbrauch
- | Kundenbindung durch Markenimage-Verbesserung



Nachhaltigkeit im E-Commerce

Auswirkungen auf Betriebskosten

02

Betriebskosten einsparungen

- | Energieeinsparung durch effizientere Technologien
- | Verringerte Abhängigkeit von volatilen Ressourcenpreisen
- | Geringere Abfallentsorgungskosten durch Recycling oder Upcycling

Nachhaltigkeit im E-Commerce

Auswirkungen auf Betriebskosten



03

Mögliche Mehrkosten

- | Preisliche Premiums für nachhaltige Rohstoffe oder Produkte
 - | Kosten für Zertifizierungen oder Audits
 - | Ausbildung und Schulung des Personals in Bezug auf Nachhaltigkeitspraktiken
- 

Nachhaltigkeit im E-Commerce

Auswirkungen auf Betriebskosten

04

Staatliche Anreize & Subventionen

- | Fördermittel für innovative, grüne Projekte
- | Steuervorteile für nachhaltige Geschäftspraktiken
- | Eventuelle Kostensenkung durch regionale Partnerschaften oder Netzwerke

Nachhaltigkeit im E-Commerce

Auswirkungen auf Betriebskosten

05

Kundenloyalität & Umsatzsteigerung

- | Mehrwert für Kunden durch Nachhaltigkeitsversprechen
- | Höhere Kaufbereitschaft bei nachweislich nachhaltigen Produkten
- | Loyalitätsprogramme, die auf Nachhaltigkeitsbemühungen abzielen, können die Kundenbindung erhöhen

4

Nachhaltigkeit im E-Commerce

Vorteile im Detail

Markendifferenzierung

Nachhaltige Praktiken heben Unternehmen von der Konkurrenz ab und stärken das positive Markenimage.

01

Längerfristige Rentabilität

Effizienter Ressourcenverbrauch senkt Betriebskosten und schützt vor Preisschwankungen.

02

03

Umweltbewusste Kunden fühlen sich zu nachhaltigen Marken hingezogen, was zu mehr Loyalität führt.

Kundenbindung

Unternehmen sind gegen zukünftige umweltbezogene
Regelungen und finanzielle Risiken geschützt.

Risikominderung

Neue Märkte

Nachhaltigkeit erschließt neue Kundensegmente und ermöglicht die Erweiterung des Produktangebots.

5

Nachhaltigkeit im E-Commerce

Nachteile im Detail

Höhere Investition

Der Umstieg auf nachhaltige Technologien erfordert
anfängliche Kosten und Schulungen.

01

Implementierungs- herausforderung

Die Integration neuer Prozesse in bestehende Systeme kann komplex sein.

02

03

Stakeholder könnten kurzfristige Gewinne bevorzugen, was zu internen Spannungen führen kann.

Widerstände

Unauthentische Bemühungen könnten als "Greenwashing" kritisiert werden.

Markenrisiko

Eingeschränkte Flexibilität

Nachhaltigkeitskriterien könnten die Auswahl von
Lieferanten und Geschäftsentscheidungen einschränken.

6

Nachhaltigkeit im E-Commerce Vor- und Nachteile

Nachhaltigkeit im E-Commerce

Vor- und Nachteile

	Pros		Cons
Markendifferenzierung durch nachhaltige Praktiken	✓	✗	Höhere Investitionen für Nachhaltigkeitsinitiativen
Längerfristige Rentabilität durch effiziente Ressourcennutzung	✓	✗	Allgemeine Implementierungsherausforderungen
Potenziell höhere Kundenbindung und -loyalität	✓	✗	Potenzielle Widerstände durch Steakholder
Risikominderung und Vorbereitung auf zukünftige Änderungen	✓	✗	Markenrisiken durch z.B. Greenwashing
Neue Märkte und Erweiterung des Produktangebotes	✓	✗	Eingeschränkte Flexibilität in der Auswahl von z.B. Lieferdiensten

7

Nachhaltigkeit im E-Commerce

Nachhaltigkeit als USP

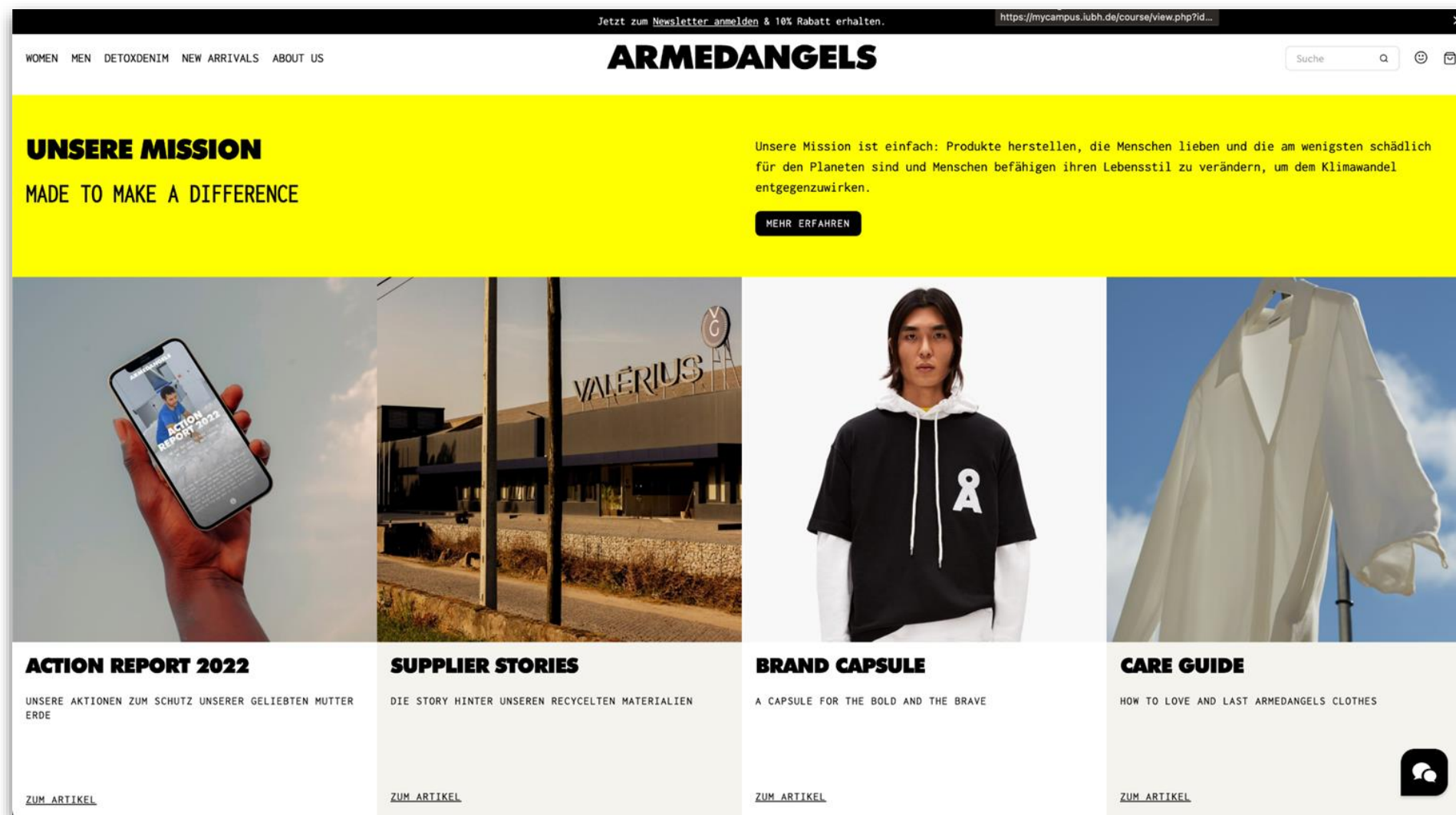
Nachhaltigkeit im E-Commerce

Nachhaltigkeit als USP

- Verwende Storytelling, um Transparenz und Echtheit zu zeigen, z.B. in einem Nachhaltigkeits-Blog
- Erhalte Zertifizierungen und Gütesiegel für nachhaltiges Handeln und präsentiere diese auf deiner Website
- Beteilige dich in Nachhaltigkeitsnetzwerken und Partnerschaften mit NGOs
- Zeige echtes Kundenfeedback zu deinen nachhaltigen Angeboten
- Biete Schulungen und Informationsmaterialien über Nachhaltigkeit an

Nachhaltigkeit im E-Commerce

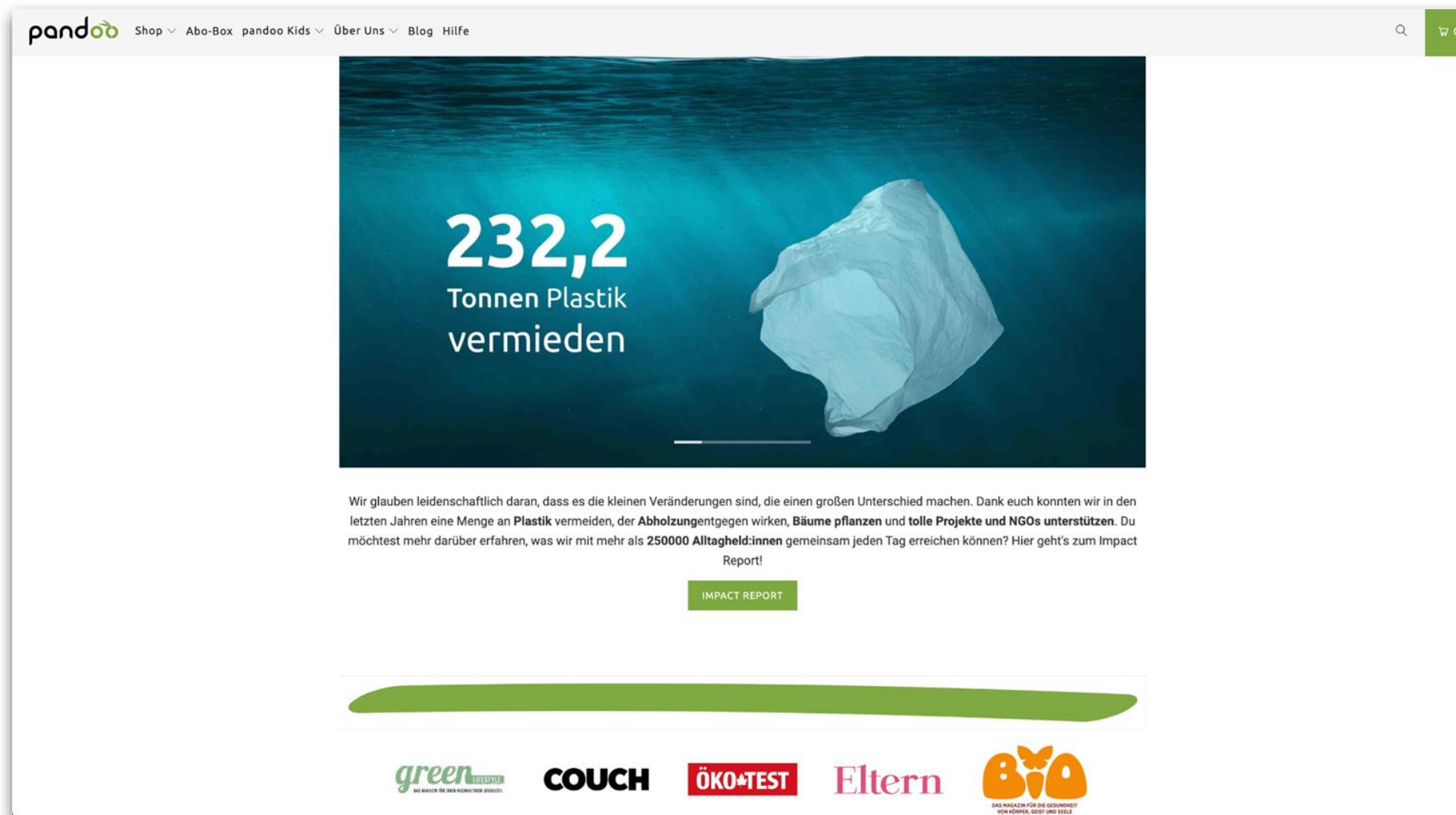
Nachhaltigkeit als USP



- ARMEDANGELS möchte Social Fashion kreieren und möglichst faire Arbeitsbedingungen schaffen
- Großer, auffälliger Banner mit den USPs
- Eigener Blog bzw. Action-Report für Nachhaltigkeitsprojekte

Nachhaltigkeit im E-Commerce

Nachhaltigkeit als USP



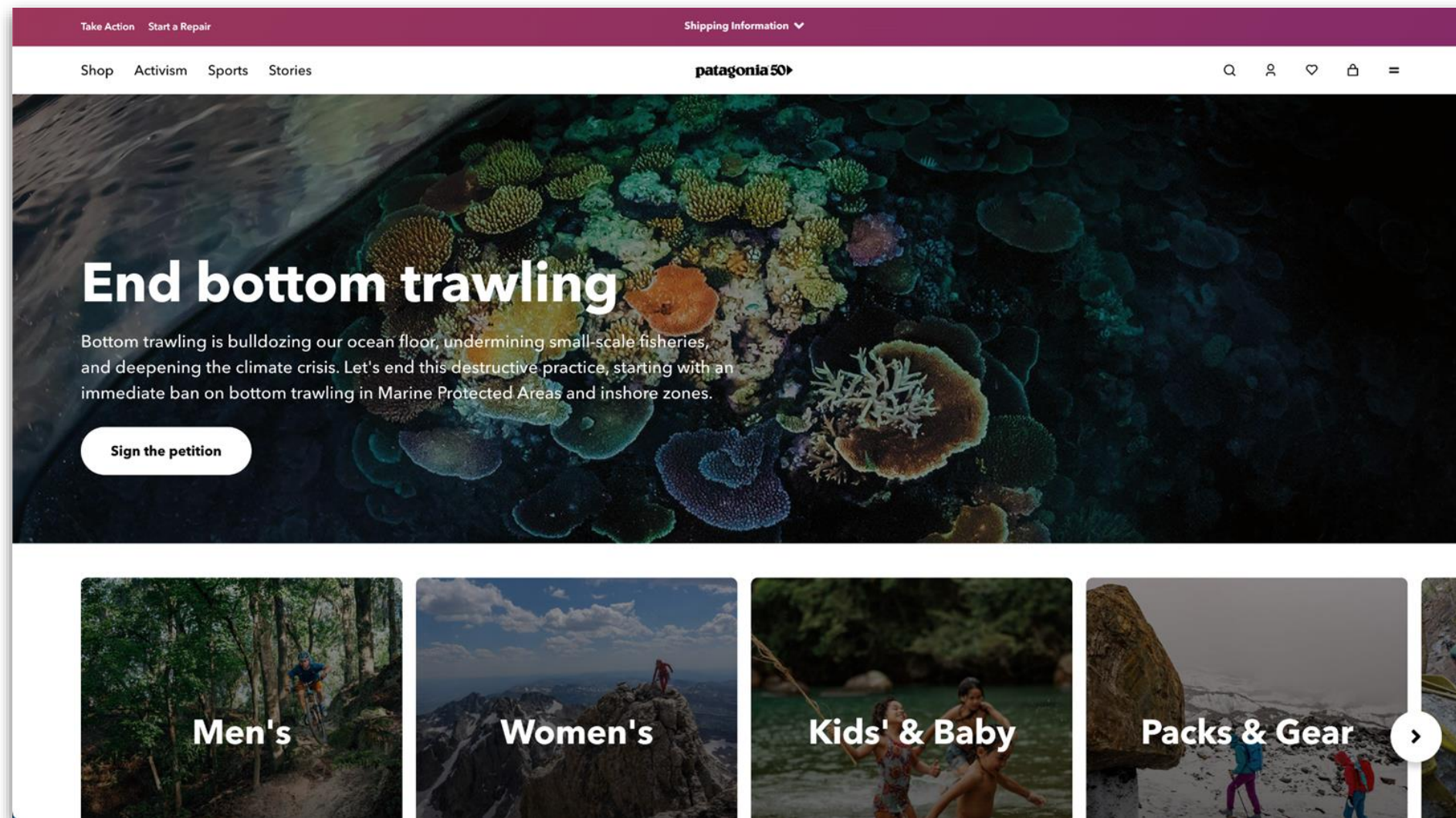
- Pandoo bietet Bambus-Alternativen zu normalen Produkten an
- Kommunizieren alle USPs und Initiativen auf der Homepage
- Nutzen Bilder, Abzeichen, kurze Erklärungen und bieten Nachhaltigkeits E-Books kostenlos an

8

Positives Beispiel
Patagonia

Nachhaltigkeit im E-Commerce

Positives Beispiel Patagonia



- Outdoor Bekleidungs-Shop, der sich dem Umweltschutz verschrieben hat
- Sie spenden einen Teil ihres Umsatzes für Umweltschutzprojekte
- Setzen auf Recyclebare Materialien
- Bieten an, gebrauchte Ware zurückzunehmen und zu Recyclen

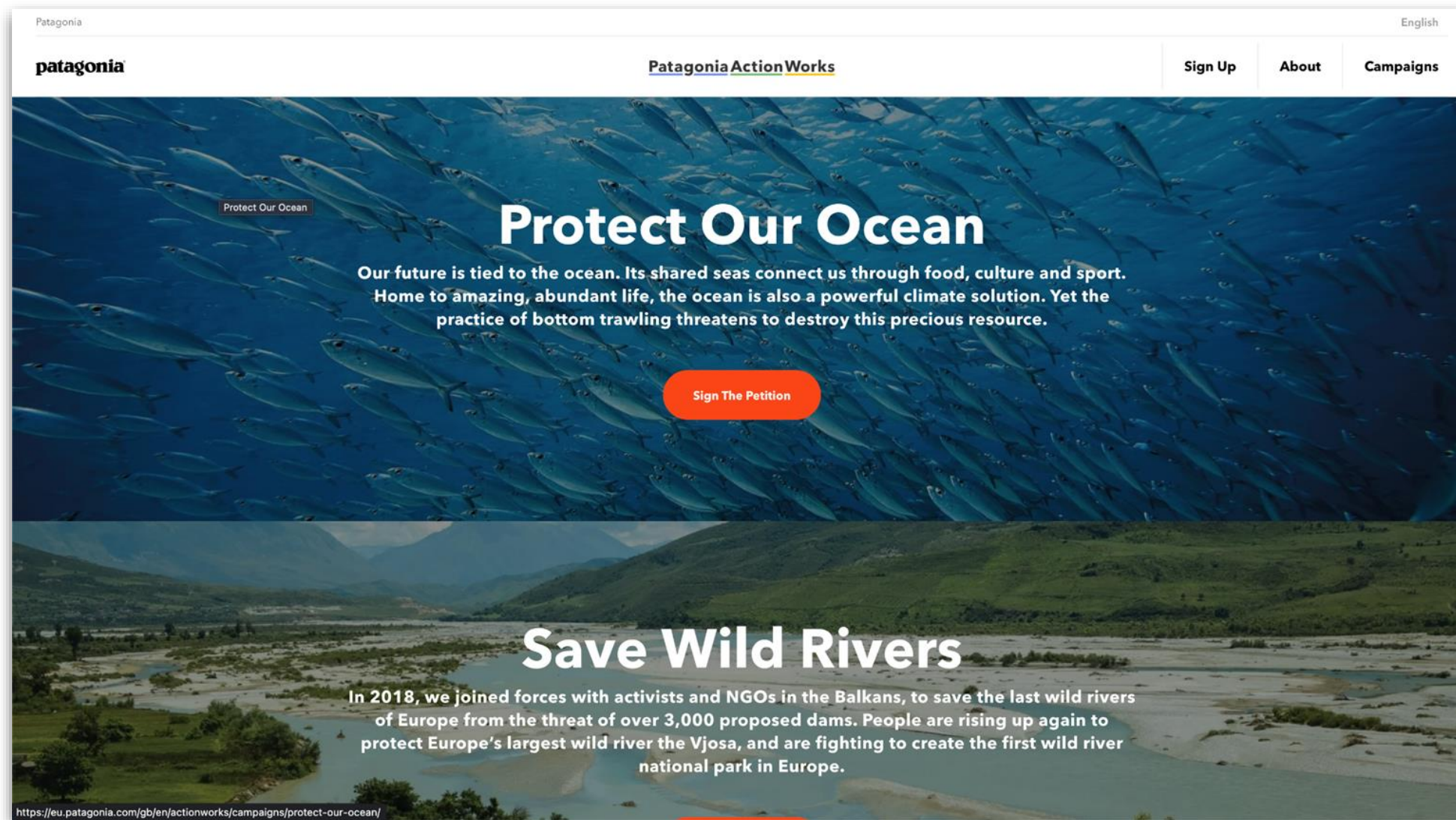
Nachhaltigkeit im E-Commerce

Positives Beispiel Patagonia

- Auf der Produktseite wird erklärt, woher die Materialien der Produktes kommen
- Patagonia's "Footprint Chronicles" ermöglicht es den Kunden, den gesamten Weg eines Produkts von der Quelle bis zum Verkauf zu verfolgen
- Patagonia beteiligt sich aktiv an Umweltinitiativen, spenden 1% des Umsatzes oder 10% des Gewinns an Umweltschutzorganisationen
- Beteiligen sich auch an lokalen Umweltschutzprojekten
- Nutzen ihre Website und die Social Media Kanäle um Dokus o.ä. zu veröffentlichen, um über Umweltprobleme und -lösungen aufzuklären

Nachhaltigkeit im E-Commerce

Positives Beispiel Patagonia



- Haben eine eigene Seite für Initiativen, Petitionen und bieten Möglichkeiten an selbst zu helfen und aktiv zu werden

9

Negatives Beispiel Greenwashing

Greenwashing bezeichnet den Versuch von Unternehmen, sich als umweltfreundlicher darzustellen, als sie tatsächlich sind, oft durch irreführende Marketingstrategien und Werbekampagnen.

Vorgetäuschte Produktclaims

Einige Online-Shops vermarkten Produkte als "grün", "umweltfreundlich" oder "nachhaltig", obwohl sie es nicht wirklich sind. Zum Beispiel können Produkte als "biologisch abbaubar" bezeichnet werden, aber der Abbau kann Jahrzehnte dauern oder nur unter sehr spezifischen Bedingungen erfolgen.

A large, solid orange curved shape, resembling a quarter-circle or a large arc, occupies the bottom right corner of the slide. Inside this shape, the number "01" is written in a large, white, sans-serif font.

01

Irreführende Verpackung

Die Verwendung von grünen Farbtönen oder Naturbildern auf Verpackungen, die tatsächlich nicht umweltfreundlich sind. Einige Unternehmen setzen auf „minimalistische“ Verpackungen, die ökologisch aussehen, aber immer noch nicht recycelbar oder biologisch abbaubar sind.

03

Unternehmen könnten behaupten, dass ihre Produkte ethisch hergestellt werden, geben aber keine klaren Informationen über ihre Lieferanten oder die Bedingungen, unter denen die Produkte hergestellt werden.

Fehlende Transparenz in der Lieferkette

Manchmal werben Online-Shops mit Umweltsiegeln oder Zertifikaten, die nicht von anerkannten Organisationen stammen oder deren Kriterien sehr fragwürdig sind.

**Unbestätigte
Zertifikate**

Fokus auf kleine Aspekte, Ignorieren größerer Probleme

Ein Unternehmen könnte betonen, dass seine Produkte
ohne einen bestimmten schädlichen Inhaltsstoff
hergestellt werden, während es andere umweltschädliche
Praktiken beibehält.

10

Nachhaltigkeit im E-Commerce
Entscheidung treffen

Nachhaltigkeit im E-Commerce

Entscheidung treffen

- Selbstreflexion und Unternehmensvision um zu entscheiden, ob Nachhaltigkeit zu dem passt, was du und dein Unternehmen vertreten wollen.
- Aktives Einholen von Feedback von Kunden und Stakeholdern zeigt, ob ein Bedarf oder Wunsch nach nachhaltigeren Angeboten besteht.
- Bei einer Kosten-Nutzen-Analyse: Wie beeinflussen nachhaltige Prozesse dein Geschäftsmodell und gibt es kurz- oder langfristige finanzielle Vorteile?
- Eine Wettbewerbsanalyse: Wie positionieren sich Konkurrenten sich im Hinblick auf Nachhaltigkeit? Kannst du einen Vorsprung erzielen oder eine Lücke füllen?

Nachhaltigkeit im E-Commerce

Entscheidung treffen

- Zukunftsorientierte Planung: Berücksichtigung zukünftiger Trends und Marktentwicklungen. Welche nachhaltigen Ansätze könnten in Zukunft wichtig werden?
- Rechtliche und regulatorische Überlegungen: Gibt es gesetzliche Anforderungen oder Vorteile, wenn man nachhaltige Praktiken einführt?
- Moralische und ethische Überlegungen: Nicht alles, was legal ist, ist auch ethisch vertretbar. Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit in deinem moralischen Kompass?

Nachhaltigkeit im E-Commerce

Entscheidung treffen



Nachhaltigkeit im E-Commerce ist mehr als nur ein Trend; es ist ein Bedürfnis und eine Chance. Unternehmen, die auf Nachhaltigkeit setzen, übernehmen Verantwortung, bauen Vertrauen auf und investieren in eine bessere Zukunft für alle. Nachhaltigkeit als starker USP verwendet werden und zur Umsatzsteigerung beitragen.

11

Nachhaltigkeit im E-Commerce Aufgaben