

INFO ZU ONLINE HANDEL SHOPPING UM(DIE)WELT



Online-Handel

Was ist Online-Handel?

Einkaufen per Mausklick wird immer beliebter. Der Online-Handel durchbricht die Grenzen des klassischen Einkaufens: Sonntagnacht bequem vom Sofa aus die neue Sommerkollektion zu durchstöbern und auch gleich zu bestellen ist ganz normal geworden. Die Bezahlung erfolgt meist mittels Kreditkarte oder Überweisung, ohne auch nur einen Fuß in ein Geschäft zu setzen. Man muss die neu erworbene Jeans nicht einmal nach Hause tragen, denn die im Onlineshop gekaufte Ware wird bis zur Haustür geliefert.



Online boomt

Online-Handel macht es möglich, fast alles Erdenkliche über das Internet zu kaufen – sogar Jets wurden bereits in Auktionshäusern online versteigert! In Österreich kaufen bereits mehr als die Hälfte aller KonsumentInnen Waren und Dienstleistungen im Internet. Im Jahr 2013 wurden rund 156 Millionen Pakete zugestellt. Zum Vergleich:

Der Online-Handel in Österreich boomt. Im Zeitraum von 2006 bis 2013 hat sich...

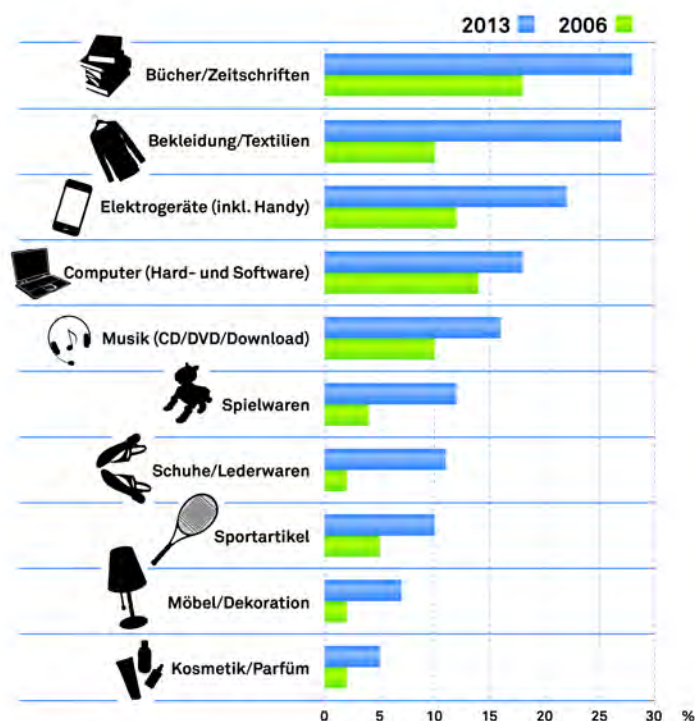
 
 2006 $\times 2$ 2013 ...die Anzahl der Online-Shops verdoppelt.

 
 2006 $\times 4$ 2013 ...der Jahresbruttoumsatz vervierfacht.

 $\times 1,5$ 
 2006 2013 ...der Anteil an KonsumentInnen, die im Internet nach Infos zu Einzelhandelswaren suchen, um die Hälfte erhöht.

Unter Online-Handel fällt aber nicht nur das so genannte Business to Consumer Modell („B2C“ steht für Handelsbeziehungen zwischen Unternehmen und Privatpersonen). Auch das sogenannte Consumer to Consumer Modell („C2C“, also Handelsbeziehungen zwischen Privatpersonen) hat sich etabliert, und ist etwa für Auktionshäuser oder Online-Anzeigenportale typisch.

Internet-ShopperInnen nach ausgewählten Warengruppen in %



ÖsterreicherInnen zwischen 16 und 74 Jahre, die 2013 im Vergleich zu 2006 das Internet zum Kauf von Einzelhandelsprodukten genutzt haben; In % der österreichischen Bevölkerung (16 – 74 Jahre); gerundete Werte; Quelle: KMU Forschung Austria



MINISTERIUM
FÜR EIN
LEBENSWERTES
ÖSTERREICH

ÖAW
ÖSTERREICHISCHE
AKADEMIE DER
WISSENSCHAFTEN

ITA
INSTITUT FÜR
TECHNIKFOLGEN
ABSCHÄTZUNG

PlanSinn.at
Planung & Kommunikation

INFO ZU ONLINE HANDEL SHOPPING UM(DIE)WELT



Folgen des Online-Handels

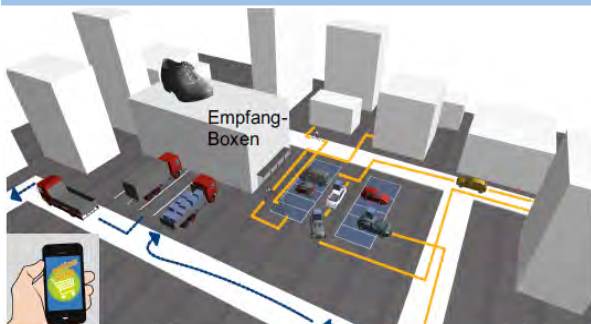
Online Einkaufen ist leicht. Man ist nur „einen Klick weit weg“ von seinem Objekt der Begierde. Dadurch steigen Konsum und Umsätze. Das Einkaufen per Mausclick hat aber auch negative Folgen. Jeder fünfte „Onlineshopper“ bestellt Waren, obwohl beim Kauf bereits feststeht, dass die Artikel mit hoher Wahrscheinlichkeit zurückgeschickt werden. Online-Handel hat also einen starken Einfluss auf Verkehrsflüsse und auf unser persönliches Konsumverhalten. Nachfolgend eine Aufstellung der Vor- und Nachteile von Online-Handel.

Die verflixte letzte Meile

Beim Versand der Waren passiert es oft, dass der Käufer beim ersten Zustellversuch nicht zu Hause anzutreffen ist. Kommt es zu weiteren Zustellversuchen bzw. holt sich der Käufer das Paket selbst ab (mittels Auto, Moped, etc.), steigt der Transportweg um ein Vielfaches. In dieser so genannten „letzten Meile“ (vom Wohnort des Käufers bis zum Logistiker, Postfiliale) können die negativen Folgen des Transports rapide steigen. Eine mögliche Lösung dafür wären so genannte „neutrale Empfangsboxen“ an fixen Orten, die von mehreren Lieferanten genutzt werden können. So kann man das Paket dann auch bequem zu Fuß oder per Fahrrad abholen, und nicht nur mit dem Auto.

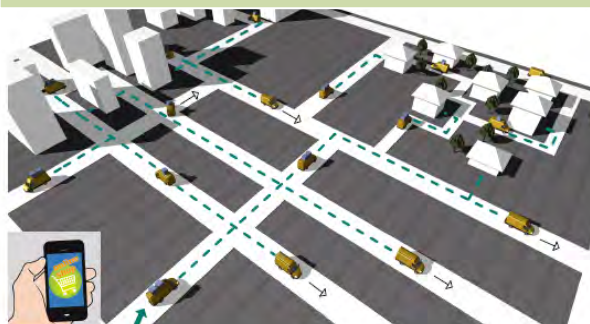
Online Handel mit persönlicher Abholung bei naheliegenden Empfangsboxen –

Die Waren werden im Online-Shop gekauft und zur nahegelegenen Empfangsbox geliefert, wo sie dem/der Käufer/Käuferin persönlich abgeholt werden.



Online-Handel und Lieferung mit Kleintransporter

Die Waren werden im Online-Shop gekauft und mittels Kleintransporter nach Hause geliefert. Wenn die erste Zustellung erfolglos war, muss das Paket persönlich abgeholt werden.



Einkauf im stationären Handel

Die Waren werden in den Geschäften ausgestellt und verkauft.



MINISTERIUM
FÜR EIN
LEBENSWEERTES
ÖSTERREICH



PlanSinn.at
Planung & Kommunikation

INFO ZU ONLINE HANDEL SHOPPING UM(DIE)WELT



„Einfach retour“ gibt es nicht

Problematisch sind außerdem die hohen Paketrücksendequoten, vor allem bei Bekleidung (30 bis 50 Prozent) und Schuhen. Bei Büchern, Musik, und Videoprodukten gehen nur 15 Prozent wieder retour. Mitverantwortlich für die hohen Rücksendequoten sind unter anderem Angebote wie „Gratis Versand und Rückversand“. So kann es schon vorkommen, dass Waren im Wert von 500 Euro bestellt, aber nur Artikel im Wert von 30 Euro behalten werden. Der Rest wird zurückgeschickt. Welche Auswirkungen hat das für die Umwelt? Was ist mit dem ganzen Verpackungsmaterial? Für Unternehmen selbst bedeuten Retouren zusätzlich einen hohen logistischen Aufwand. Die Retouren müssen geprüft, gereinigt oder sogar gebügelt werden. Was tun? Eine Möglichkeit die Rücksendequoten zu senken wäre ein Versand, der zu Lasten der Käufer geht. Seit kurzem dürfen Online-Händler erstmals eine Gebühr für die Rücknahme gelieferter Waren auch bei einem Warenwert von über 40 Euro verlangen. Rücksendequoten von Schuhen werden in einigen Fällen durch einen so genannten „Schuh-Avatar“ vermieden. Dabei werden die Füße des Kunden mittels 3D Scanner im Ladengeschäft gescannt. Diese Daten werden anschließend dem Kundenkonto zugewiesen. So erhält man im Onlineshop Empfehlungen für passgenaue Schuhe. Einige Händler bieten sogar schon die Integration der Körpermaße mittels Body Scanners an. Das mag auf den ersten Blick sehr praktisch klingen. Welche Auswirkungen hat das jedoch auf unsere Privatsphäre und den Schutz unserer biometrischen Daten?

Und die Arbeitsbedingungen?

Im Online-Handel herrscht harte Konkurrenz. Das führt in vielen Fällen zu heiklen und fragwürdigen Arbeitsverhältnissen. Ein großer Online-Versandhändler sorgt durch immer wiederkehrende Streiks der Belegschaft für eine bessere Entlohnung oft für mediales Aufsehen. Als Käufer merkt man davon meist nichts, außer dass das bestellte Paket vielleicht einen Tag später als angekündigt ankommt. Das Problem dabei: Die hier namentlich nicht genannte Firma sieht sich selbst als Logistikunternehmen, und nicht als Einzelhändler, und bezahlt demnach die für die Logistikbranche üblichen geringeren Löhne. Wenn der Trend über das Internet – und damit über einige wenige Versandhändler – einzukaufen weiter steigt, könnten immer mehr ArbeitnehmerInnen von ähnlich problematischen Arbeitsverhältnissen betroffen sein.

Auch der Einzelhandel bekommt diese Entwicklung zu spüren: Er muss nämlich dem hohen Druck der Online-Konkurrenz standhalten und die Preise anpassen. Die großen Onlinehändler beherrschen den Markt immer mehr und haben so die Möglichkeit den Preis zu bestimmen. Oft kann der Einzelhandel diesem Druck nicht standhalten. Einige Unternehmen ziehen mit einem eigenen Onlineshop nach, andere wiederum müssen aufgrund der starken Konkurrenz schließen. Die Folgen davon sind u.a. der Verlust von Arbeitsplätzen und hohe Einbußen bei den Profiten.

Was denken Sie darüber? Kaufen Sie lieber online oder im Geschäft ein? Was kann man tun um faire Arbeitsbedingungen zu garantieren?

Ich shoppe, also bin ich

Kaufen ist für viele Menschen ein Ausdruck ihrer individuellen Identität. Unter dem Begriff „Konsumismus“ versteht man ein übersteigertes Konsumverhalten, das oft irrational und spontan geschieht. Mit anderen Worten: Man kauft ohne groß nachzudenken, wann und was man eben jetzt gerade will. Durch den Online-Handel wird dieses Verhalten zusätzlich verstärkt. Onlineshopping ist nicht schwer, die leichte Bedienung und die schnelle und flexible Abwicklung oder so genannte „One-Click-Buys“ machen es für verschiedenste Gruppen attraktiv. Auch die subjektiven Vorteile für die KonsumentInnen wie einkaufen ohne Öffnungszeiten, Lieferung nach Hause, Zeitersparnis, Flexibilität und hohe Auswahl animieren zum Kauf. Spontane „Klick-Käufe“ sind also wahrscheinlicher und fördern den Konsumismus.

Wie sehen Sie das? Denken Sie, dass der Konsumismus ein Problem darstellt? Gibt es Alternativen?

Kürzerer Weg, weniger Emissionen

Eigentlich hätte der Online-Handel das Potenzial, den Einkaufsverkehr sogar zu verringern. Lieferfahrten könnten durch verbesserte Abläufe umweltfreundlicher werden. Kommt es beim Versand nicht zum oben beschriebenen „letzte Meile“ Problem oder setzt man auf alternative Transportmittel wie z.B. Lastenfahrräder, hat der Online- und Versandhandel auch Vorteile.

Der französische Elektrohandel hat dazu sogar eine Studie in Auftrag gegeben. Das Ergebnis: Online-Handel, richtig gemacht, könnte den Schadstoffausstoß und das Verkehrsaufkommen reduzieren. Hier ein paar Beispiele der französischen Studie:

Laut der Studie könnten durch Online-Handel in Frankreich..

- ..pro Paket vier Mal weniger Treibhausgase freigesetzt werden als im „stationären Handel“ (Einkaufen im Geschäft).
- ..pro Lieferung durchschnittlich rund 2,7 kg weniger Kohlendioxid (CO₂) ausgestoßen werden als im stationären Handel.
- ..im elektronischen Handel 4½-mal weniger nicht-erneuerbare Energien verbraucht werden.

Diese Einsparungen würden vor allem durch erfolgreiche Zustellung beim ersten Lieferungs-Versuch erreicht werden. Denn bei Abholung der Ware durch einzelne KonsumentInnen werden um ein Vielfaches mehr Kilometer zurückgelegt. Online-Handel erzeugt



MINISTERIUM
FÜR EIN
LEBENSWERTES
ÖSTERREICH



INFO ZU ONLINE HANDEL SHOPPING UM(DIE)WELT



zwar durch die Verwendung von mehr Verpackungsmaterialien mehr Schadstoffemissionen. Dafür würden aber – laut Studie – durch die direkte Zustellung zu den Konsumenten Transportwege insgesamt verkürzt und so Schadstoffe wieder eingespart.

Was wäre Ihrer Ansicht nach eine Möglichkeit, die Emissionen des Online-Handels gering zu halten? Neutrale Empfangsboxen für Sendungen, oder haben Sie andere Ideen? Was halten Sie von so genannten Einkaufsgemeinschaften, bei denen mehrere Menschen gemeinsam Einkaufen fahren und nicht jeder einzeln?

Chance für die Kleinen

Den Missständen in Sachen Arbeitsbedingungen bei großen Online-Konzernen ist nichts Positives entgegenzusetzen. Für Einzel-, Klein- und Mittelständische Unternehmen kann der Online-Handel aber auch die Verbindung zu einer breiten und internationalen Kundenschaft eröffnen. Außerdem kann Online-Handel in manchen Fällen mehr Selbstbestimmung für Händler bedeuten, wie im Fall der rumänischen „MestesHukar ButiQ“. Sie ermöglicht traditionellen und oft finanziell schwachen Handwerkern in Rumänien ihre Produkte einem breiteren und internationalen Publikum anzubieten (Link: <http://mbq.ro/en>). Der Online Handel schafft damit die Möglichkeit, das kulturelle Handwerk einer Region einem breiteren Publikum zu eröffnen. Ein anderes Beispiel für positive Entwicklungen sind Online-Shops die nur Produkte anbieten, welche sozialverträglich und umweltschonend hergestellt wurden.

Wie sehen Sie die Chancen des Online Handels? Wo kann damit Gutes getan werden? Wem hilft er noch?

Alternatives Konsumverhalten

Online-Handel kann auch Möglichkeiten für neue Formen des Konsumverhaltens eröffnen, vor allem beim Handel zwischen Privatpersonen (also im Bereich Consumer to Consumer). Der Verkauf von gebrauchten und teilweise neuen Artikeln über so genannte Internet Anzeigenportale hat sich in Österreich mittlerweile stark etabliert. Diese Webseiten zählen mittlerweile zu den meistbesuchten Internetseiten landesweit.

Erste Formen der so genannten „Share Economy“, wenn also Menschen Dinge mit anderen tauschen oder gratis abgeben, konnten sich ebenfalls erst durch das Internet zu Alternativen des herkömmlichen Handels entwickeln. Das Motto in diesem Zusammenhang lautet „Teilen statt Besitzen“. Beispiele dafür sind etwa Car-Sharing, Sharing von Wohnraum, Werkzeugen, Sportgeräten, Lebensmitteln etc. Neue Möglichkeiten in der Logistik (Vernetzung, Kommunikation, Information, Versand) regen immer mehr Menschen an, selbst nach Alternativen zu suchen oder welche anzubieten.

Wie kann man nun KonsumentInnen zu einem umweltbewussteren Konsumverhalten motivieren? Eine Möglichkeit ist, ihnen mehr Informationen bereitzustellen. Plattformen wie **Bewusst Kaufen** (www.bewusstkaufen.at) machen das bereits.

Was halten Sie davon? Haben Sie schon einmal selbst solche Möglichkeiten genutzt? Was würde Sie dazu bewegen umweltbewusster und sozialverträglicher zu konsumieren?



Fazit: Online-Handel bringt Chancen und Risiken. Einerseits ermöglicht er z.B. auch Menschen mit eingeschränkter Mobilität nahezu alles zu erwerben. Andererseits nehmen die negativen Auswirkungen wie z.B. Transportaufkommen oder prekäre Arbeitsverhältnisse ebenfalls zu.

Jetzt geht es los!

Nun liegt es an Ihnen – wie stehen Sie zu den genannten Vor und Nachteilen des Online Handels?

Soll die Politik etwas unternehmen oder liegt die Verantwortung bei den KonsumentInnen?

Impressum: Diese Beilage wurde für das Projekt Shopping Um(die)Welt – Nachhaltigkeit und Konsum aus Sicht von Jugendliche n im Auftrag des BMLFUW erstellt. Für den Inhalt ist das Institut für Technikfolgen-Abschätzung (ITA) der ÖAW verantwortlich.

Quellen: VCÖ Factsheet: Online-Handel boomt – bringt das mehr oder weniger Verkehr? <http://www.vcoe.at/de/publikationen/vcoe-factsheets/details/items/online-handel-boomt-bringt-das-mehr-oder-weniger-verkehr>; KMU Forschungsbericht Austria 2014: https://www.wko.at/Content.Node/branchen/oe/Download_Internet-Einzelhandel_2014.pdf; Presseaussendung von PwC zu Warentouren im Online-Handel: http://presse.pwc.at/presse/file/presse/2013-12/PwC_PA_Retouren_Online_Handel_181213.pdf



MINISTERIUM
FÜR EIN
LEBENSWEERTES
ÖSTERREICH



PlanSinn.at
Planung & Kommunikation