

E-Commerce Greening the Mainstream

Nele Kampffmeyer, Carl-Otto Gensch

Bits & Bäume

Berlin, 18.11.2018

Konsum und Nachhaltigkeit

- Konsum in Deutschland ist nicht nachhaltig
 - Überschreitung ökologischer Belastungsgrenzen in mehreren Bereichen – in Deutschland aber auch global
 - Menschenrechtliche Sorgfaltspflichten in globalen Lieferketten werden nicht eingehalten
- Tiefgreifender Wandel in den Bedürfnisfeldern erforderlich
 - Mobilität
 - Ernährung
 - Haushalt und Wohnen
 - Büro und Arbeit
 - Bekleidung
 - Tourismus und Freizeit

Konsum und Nachhaltigkeit

- Übergreifende Handlungsansätze:
Gesellschaftliche Diskussion, Bildung, Verbraucherinformation – auch durch Umwelt- und Sozialzeichen, Ökodesign, Nachhaltige öffentliche Beschaffung, Forschung, Soziale Innovationen, Monitoring, ...
- Zwei Blickrichtungen:
 - Bewertung Status Quo der Digitalisierung mit Blick auf Konsum
 - Gezielte Nutzung der Digitalisierung zur Gestaltung des Wandels
- Wandel durch
 - Hochskalierung nachhaltiger Nischeninnovationen
 - **Greening des Mainstreams**
 - Exnovation nicht nachhaltiger Konsummuster

Monopol vs. Nische

Marktanteile

- Amazon: inkl. Marketplace ca. 60%
- Google: ca. 90%
- Anteil nachhaltiger Angebote: unbekannt

Böser E-Commerce?

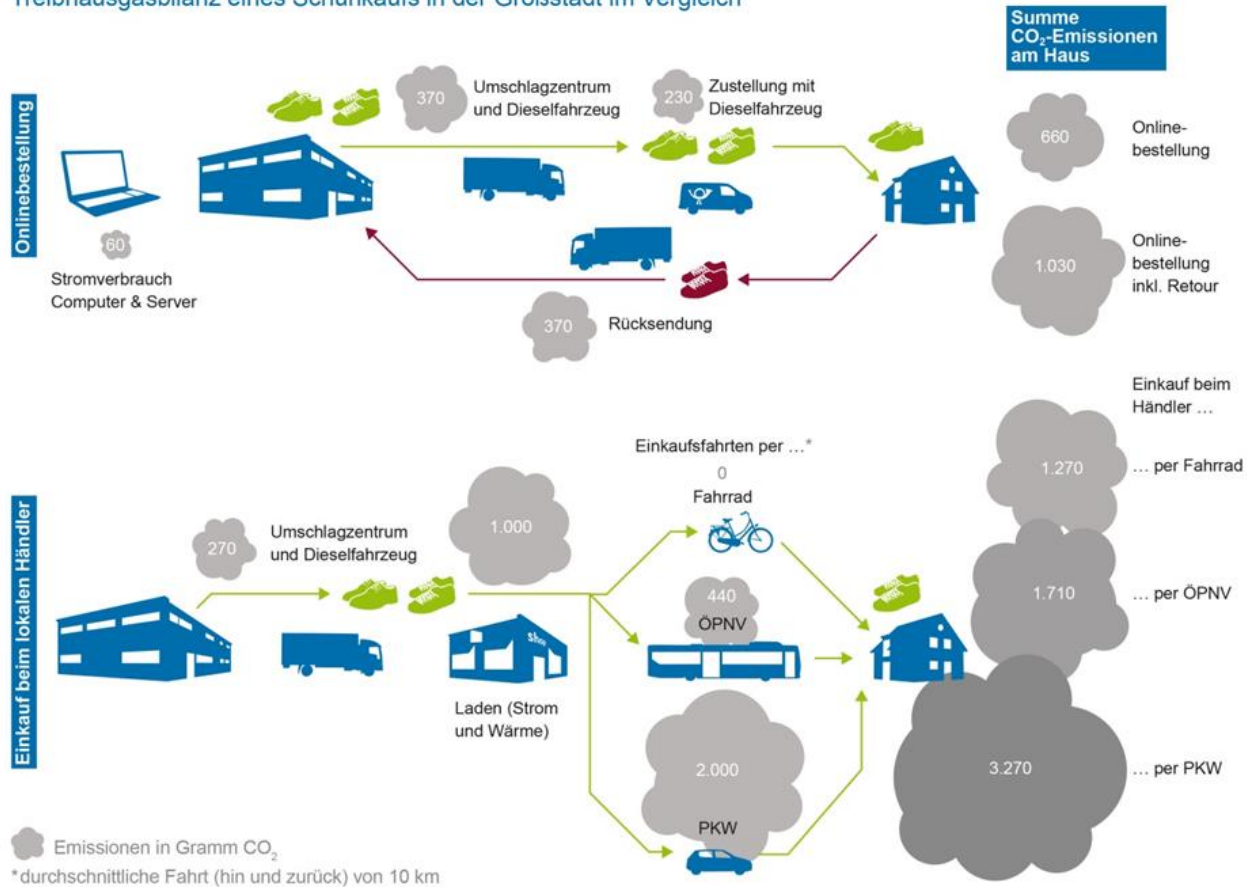
1. Gleiches Produkte
2. Mehr Produkte
3. Andere Produkte
 - Sharing/Nutzen statt besitzen
 - Dematerialisierung: bspw. Reisebüros und Versicherungen, Bücher und CDs
 - Neue digitale Dienstleistungen: Spiele, Onlinesuche, soziale Netzwerke

Nachhaltiger(er) E-Commerce

- Versand
- Diskriminierung
- Nudging

Versand

Online shoppen oder Einkauf beim lokalen Händler? Treibhausgasbilanz eines Schuhkaufs in der Großstadt im Vergleich



QUELLE: ÖKO-INSTITUT 2015

Versand

- Verkehrsaufkommen in den Innenstädten
- Arbeitsbedingungen in Versandzentren und bei Lieferdiensten
- Trend zu Instant Delivery
- Umgang mit Retouren

Diskriminierung

- Preisdiskriminierung
 - Unternehmen versuchen Preise auf die Kaufbereitschaft hin zu optimieren
 - Nicht grundsätzlich negativ, da Personen mit höherer Kaufkraft und höherer Kaufbereitschaft tendenziell die teureren Angebote bekommen
 - Problem: Produkte die eine Risikodimension haben bspw. Handyverträge oder Versicherungen

Diskriminierung

- „unerwünschte“ Kundengruppen
 - Anbieter verfügen über sehr viel mehr Informationen bspw. ethnische Zugehörigkeit, Religion, Geschlecht etc.
 - Beispiel stationärer Handel: Abercrombie & Fitch
 - Beispiel Online: Immobilienangebote auf Facebook für weiße Männer ohne Kinder

Nudging

- Nudging beschreibt die Veränderung von Entscheidungsstrukturen
 - Ziel: Erhöhung des Umsatzes
 - Basiert auf Erkenntnissen der Verhaltensökonomie
 - Bewusst und unbewusst
 - Stationärer Handel: zielt auf Kunden insgesamt
 - Online: zielt auf einzelne Personen

Nudging

- Das einzelne Individuum ist identifizierbar
 - Informationen zu individuellen Persönlichkeitsmerkmalen
 - Informationen zu individuellem Verhalten
 - Beeinflussung erfolgt in Echtzeit
 - Beeinflussung erfolgt entlang der gesamten Customer Journey
 - Die Algorithmen anhand derer die Verhaltensbeeinflussung erfolgt sind nicht öffentlich
- ➔ Steigender Konsum?

Handlungsoptionen

Versand

- Letzte Meile umweltfreundlicher gestalten
- Grundsätzlich Option des umweltfreundlichen Versands
 - Kompensation
 - Längere Lieferfristen
- Arbeitsrecht
- Umgang mit Retouren offen legen ggf. gesetzliche Maßnahmen bzw. Anwendung bestehender Gesetze

Handlungsoptionen Diskriminierung

- Diskriminierungsverbot ausweiten
- Haftung für Algorithmen
- inkl. Pflicht zur Offenlegung
- Know how in Regulierungsbehörden

Handlungsoptionen Diskriminierung

- Diskriminierungsverbot ausweiten
- Haftung für Algorithmen
- inkl. Pflicht zur Offenlegung
- Know how in Regulierungsbehörden

Handlungsoptionen

Nudging

- Aufklärung (nicht nur in Schulen)
- Nudging in Richtung Nachhaltigkeit
 - Informationsangebote auf Google abstimmen
 - Angebote, die nicht auf Informationssuche angewiesen sind

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!
Thank you for your attention!

Haben Sie noch Fragen?
Do you have any questions?

