

Nachhaltigkeit & KI

E-Commerce der Zukunft: Balance zwischen Effizienz und Nachhaltigkeit

In der Welt des E-Commerce befinden wir uns an einem Wendepunkt: Auf der einen Seite boomt die rasant steigende Popularität von ausländischen Onlineplattformen wie Temu. Diese locken die Verbraucher mit einer riesigen Produktvielfalt und extrem niedrigen Preisen. Auf der anderen Seite rückt die Sensibilität der Verbraucher für die ökologischen und sozialen Folgen des Online-Shoppings mehr und mehr in den Vordergrund.

Konflikt zwischen Preis und Nachhaltigkeit

Plattformen wie Temu repräsentieren eine neue Generation von Online-Massen-Marktplätzen, die auf große Produktvielfalt, Benutzerfreundlichkeit und niedrige Preise setzen. Diese Marktplätze ziehen besonders die jüngere Generation an, die Wert auf schnelle, einfache und günstige Einkaufserlebnisse legt. Und Impulskäufe, die durch Anzeigen auf Social Media ausgelöst werden, wo der Kauf günstiger Produkte mit einem Klick abgeschlossen werden kann. Diese verlockenden Angebote stehen jedoch oft im Widerspruch zu nachhaltigen Zielen. Die extrem niedrigen Preise sind meist auf kostengünstige Produktionsverfahren, ungeprüfte Materialien, schnelle Versandmethoden und Lücken in den Importvorschriften zurückzuführen, wodurch hohe CO₂-Emissionen und ein beträchtlicher Ressourcenverbrauch entstehen.

Wandel im Verbraucherverhalten

Ein zunehmender Anteil der Verbraucher ist sich der ökologischen Folgen ihres

Einkaufsverhaltens bewusst und strebt nachhaltigere Alternativen an. Das bedeutet, die Konsumenten entscheiden sich bewusst für langlebigere Produkte, die lokal produziert werden und eine geringere Umweltbelastung aufweisen. Einige E-Commerce-Unternehmen reagieren auf diesen Trend bereits mit innovativen Lösungen. Sie bieten nachhaltigere Lieferoptionen an, reduzieren das Verpackungsmaterial, senken die Emissionen und setzen sich für faire Arbeitsbedingungen in der Lieferkette ein.

Ein Beispiel für eine funktionierende Geschäftsstrategie mit Umwelt- und Sozialverantwortung ist das Unternehmen Patagonia. Patagonia hat sich im Outdoor-Bekleidungssegment durch seine nachhaltige Produktion und Vermarktung bereits einen Namen gemacht und übernimmt Verantwortung für seinen Fußabdruck. Das Unternehmen verwendet z.B. recycelte Materialien für die Herstellung neuer Produkte, bietet einen Reparaturservice an, um die Lebensdauer seiner Produkte zu verlängern und zeigt Sozialverantwortung bei den Arbeitsbedingungen. Dieser ganzheitliche Ansatz reduziert nicht nur den ökologischen Fußabdruck, sondern setzt zukunftsrelevante Standards für umweltbewusste Geschäftsmodelle.

Die Rolle von ERP-Systemen im nachhaltigen E-Commerce

ERP (Enterprise Resource Planning) Systeme spielen eine zentrale Rolle bei der Gestaltung nachhaltiger Strategien im E-Commerce. Das innovative

ERP-System bildet im Idealfall sämtliche Geschäftsprozesse und Arbeitsabläufe ab. Die zentrale Steuerung und die Gesamtsicht hilft den Unternehmen, effizienter zu arbeiten und gleichzeitig ihre Nachhaltigkeitsziele zu erreichen. Mit intelligenter Bestandsverwaltung, optimierter Retourenabwicklung und stetiger Analyse der Lieferketten lassen sich Schwachstellen erkennen und Optimierungspotentiale identifizieren. Die strategische Nutzung der ERP-Auswertungen hilft, die Überproduktion zu reduzieren, Transportwege einzusparen, Abfall zu minimieren und sorgt somit für eine bessere Emissions- und CO₂-Bilanz.

Fazit:

Die Zukunft des E-Commerce wird von einem Spannungsverhältnis zwischen diesen beiden Trends geprägt sein. Während Plattformen wie Temu weiterhin erfolgreich sein werden, wird sich gleichzeitig ein wachsender Markt für nachhaltige Produkte und Dienstleistungen etablieren. Verbraucher, die Wert auf Umweltfreundlichkeit und soziale Verantwortung legen, werden Unternehmen bevorzugen, die nachhaltige Geschäftspraktiken umsetzen.

Auf den Handel optimierte ERP-Systeme bieten umfassende Möglichkeiten, die Nachhaltigkeit im E-Commerce zu verbessern. Sie ermöglichen es, Geschäftsprozesse transparent und effizient zu gestalten, sodass eine optimale Balance zwischen Kosteneinsparungen, Effizienz und Nachhaltigkeit erreicht wird. Mit einem guten ERP-System kann der Käufer

z.B. über Kundenbindungsprogramme und einer einfachen Bestell- und Retourenabwicklung in seinem Einkaufsbewusstsein positiv beeinflusst und die Identifikation mit dem Händler gefördert werden. Dies allein reicht aber nicht aus, den Handel zum Wohle aller fair zu gestalten. Auch wenn der Wunsch nach weniger Bürokratie und Regularien groß ist, bedarf es doch an manchen Stellen der Feinjustierung, um das Unterlaufen von Importzöllen zu verhindern und geltende CE- und ISO-Normen sowie Verbote bestimmter Produktbestandteile bei der Einfuhr durchzusetzen.

Abschließend muss betont werden, dass eine erhebliche Verantwortung bei den Verbrauchern selbst liegt. Ein bewusster Konsum, der die ökologischen und sozialen Auswirkungen berücksichtigt, kann einen erheblichen Einfluss auf die Marktpraktiken der Händler haben. Die Verbraucherentscheidungen fördern nachhaltige Geschäftsmodelle und können so einen direkten Beitrag zum Umdenken leisten. Um eine nachhaltigere Zukunft im E-Commerce zu erreichen, müssen letztendlich Verbraucher, Unternehmen aber auch politische Entscheidungsträger zusammenarbeiten. Nur so kann der Online-Handel sowohl wirtschaftlich als auch ökologisch in Zukunft erfolgreich sein.

Info: Wir nehmen an der K5 teil und freuen und auf den Austausch mit Ihnen.

Halle 2 | Stand 77

*Autorin: Liane Schmauser,
D&G-Software GmbH*