Ist der Online-Handel umweltfreundlich?

In Deutschland wird fast jeder dritte Bekleidungsartikel im Internet gekauft. Nach Elektronikartikeln sind Mode und Accessoires mittlerweile zur zweitbeliebtesten Warengruppe im Onlineshopping geworden. Das war nicht von Anfang an so, denn Bekleidungsartikel haben im Vergleich zu anderen Produkten einen entscheidenden Nachteil. Während der neue Fernseher oder das Verlängerungskabel mit einigen technischen Angaben ziemlich eindeutig beschrieben werden können, ist Größe 39 bei Nike bei Weitem nicht dasselbe wie bei Adidas.

Kleider- und Schuhanprobe ist eine schrecklich komplizierte Angelegenheit. Nicht nur die Hersteller haben ihre eigenen Größenskalen, verschiedene Länder nutzen zudem unterschiedliche Einheiten. Schnitte und Materialien lassen sich auf Fotos gerade mal erraten, wie sich jedoch ein Kleidungstück anfühlt, ist bei keinem Produkt so wichtig wie bei den Textilien, die wir auf unserer Haut tragen. Wie soll man da online eine Entscheidung treffen können?

Das Geschäft mit der Mode kam deshalb im Internet lange nicht in Fahrt. Doch dann entwickelte sich die Idee, dass die Käufer die Sachen gratis zurückgeben können — und damit die Möglichkeit, sich sämtliche Größen nach Hause liefern zu lassen und sie dort bei Licht und Lieblingsmusik anzuprobieren. Man behielt die passenden Artikel und schickte den Rest kostenlos zurück.

Beim Online-Modehändler Zalando wird zurzeit die Hälfte der bestellten Artikel zurückgeschickt. Andere Unternehmen geben keine Auskunft zur Rücksendestatistik, aber die Zahlen dürften ähnlich hoch sein. In einer Umfrage gaben 53 Prozent der befragten Deutschen an, schon einmal Waren, die sie online eingekauft hatten, retourniert zu haben. Im europäischen Vergleich liegen die Deutschen damit vorn.

Die Gratisretouren sind ein wichtiger Faktor für den Erfolg des Online-Shoppens. Rund 85 Prozent aller Händler bieten diesen Service an, wer es nicht tut, hat einen Wettbewerbsnachteil. Gleichzeitig sind die Rücksendungen aber auch ein riesiger Kostenfaktor für die Händler und haben zudem eine schlechte Ökobilanz. Denn nicht nur das Hin- und Herschicken der Pakete verursacht massenhaft CO_2-Emissionen. Es werden auch sehr viele der zurückgeschickten Artikel nicht wieder aufgearbeitet, sondern gleich entsorgt. Das ist besonders bei billigen Produkten der Fall, da es sich bei diesen unter Umständen nicht lohnt, sie zu reinigen und neu zu verpacken. Außerdem gibt es Artikel, die zum Zeitpunkt der Rücksendung bereits das Ende ihrer Lebensdauer im Fast-Fashion-Zyklus erreicht haben.

Die Rücksendungen sind also ein Wettbewerbsvorteil und ein Wettbewerbsnachteil zugleich. Deswegen ist das erklärte Ziel von Online- Modehändlern, die Anzahl der Rücksendungen zu senken. Schon jetzt gibt es Startups, die sich auf die Entwicklung von Anprobetechnologien spezialisiert haben. Bei manchen kann man die eigene Garderobe ausmessen, und die App gleicht dann die Maße mit denen bekannter Hersteller ab.

Manche Händler versuchen auch, den Einkauf zu personalisieren, sodass das System die genaue Größe der Kundin oder des Kunden erkennt, um spezifischere Angebote machen zu können. Das Ziel dieses Prozesses ist natürlich nicht nur, die Anzahl der Rücksendungen zu senken, es soll auch einfach mehr verkauft werden. Und hier sind wir wieder bei der Ökobilanz. Denn selbst wenn die Rücksendungen wegfallen, ist der immer wachsende Konsum nicht nachhaltig.

Was unterscheidet beim Verkauf im Internet Kleidungsstücke von technischen Geräten?

1. Mit Kleidungsstücken werden meistens auch Accessoires bestellt.
2. Gleiche Eigenschaften werden von Herstellern der Kleidung verschieden verstanden.
3. Technische Geräte werden online zweimal öfter als Kleidung gekauft.
4. Für Kleidungsstücke hat man noch keine Messeinheiten entwickelt.