

Klimaneutraler Versand im Onlinehandel

Wie E-Tailer ihren Beitrag zu den Pariser Klimazielen leisten können

300dpi

Quelle: iStock

Berlin, 18. November 2021 – **Nachhaltigkeit wird für Konsumenten beim Onlineshopping immer wichtiger – und damit auch für E-Tailer. Gleichzeitig steigen das Versandaufkommen und die transportbedingten CO₂-Emissionen. Doch es geht auch anders: Seven Senders, die führende Delivery-Plattform für den Cross-Border-Versand in Europa, begibt sich mit seiner Mission Zero nicht nur selbst auf den Weg zum klimaneutralen Unternehmen, sondern möchte auch Onlinehändler beim Klimaschutz unterstützen.**

Orientierung am Pariser Klimaabkommen

Immer mehr Branchen erkennen die Bedeutung von Umwelt- und Klimaschutz. Und viele Unternehmen möchten in diesem Bereich selbst aktiv werden, um ihren Teil beizutragen. Als Orientierung dient dabei das Pariser Klimaabkommen: 2015 haben sich in Paris 196 Nationen dazu verpflichtet, die globale Erwärmung gemeinsam auf maximal 1,5 Grad zu begrenzen. Auch Seven Senders, die führende Delivery-Plattform in Europa, hat sich Nachhaltigkeit auf die Fahne geschrieben und verfolgt das Pariser Klimaziel: „Mit unserer Mission Zero möchten wir auf lange Sicht klimaneutral werden“, so Dr. Johannes Plehn, Gründer und CEO von Seven Senders.

Nachhaltigkeit in der Logistik: Relevanz der letzten Meile

Nachhaltigkeit spielt zugleich bei den Kaufentscheidungen der Konsumenten eine immer größere Rolle: Das wirkt sich auch auf den E-Commerce-Markt aus: Für Onlineshops reicht es heutzutage nicht mehr, einfach nur schnell Pakete auszuliefern. Die Konsumenten wünschen sich, dass auch die Logistik den Klimaschutz berücksichtigt. Denn beim Paketversand – insbesondere über Grenzen hinweg – entsteht besonders viel klimaschädliches CO₂. Vor allem die Lieferung auf der letzten Meile verursacht eine hohe CO₂-Belastung. Um hier die Nachhaltigkeit zu erhöhen, gibt es viele Möglichkeiten: beispielsweise eine optimierte Nachtzustellung, dynamische Tourenplanungen und den Ausbau von Paketstationen.

Was bedeutet klimaneutral?

Doch auch Onlinehändler selbst haben die Möglichkeit, etwas zum Umweltschutz beizutragen. „E-Tailer, die den Wunsch ihrer Kunden nach mehr Nachhaltigkeit berücksichtigen möchten, können auf einen klimaneutralen Versand umstellen“, so Dr. Plehn. Ein Versand ist grundsätzlich klimaneutral, wenn dabei kein CO₂ entsteht, also zum Beispiel bei einer Zustellung per Fahrrad. Dass auf dem gesamten Lieferweg kein CO₂ freigesetzt wird, ist für Onlinehändler in der Praxis jedoch kaum umsetzbar. Eine Alternative ist daher, die entstandenen Emissionen nachträglich auszugleichen. Dazu wird der CO₂-Ausstoß der gesamten Lieferkette berechnet, der wiederum mit einer Investition in Umweltschutzprojekte oder klimafördernde Maßnahmen ausgeglichen werden kann. Durch diese Kompensation wird rechnerisch die Klimaneutralität wieder hergestellt. Onlinehändler haben die Möglichkeit, dies entweder direkt durch beispielsweise Baumpflanzungen zu tun oder indirekt, etwa durch die Förderung von Projekten zum Klimaschutz. Der direkte Weg ist für Onlinehändler sehr aufwendig und kostenintensiv. Darüber hinaus hat nicht jeder die Möglichkeit, selbst ein Umweltschutzprojekt zu starten. Hier kommt die Delivery-Plattform

Seven Senders ins Spiel: Sie unterstützt E-Tailer mit 7SGreen auf dem Weg zum klimaneutralen Versand.

Unterstützung beim klimaneutralen Versand

Durch das umfassende Logistik-Know-how und den Digitalisierungsschwerpunkt gelingt es Seven Senders, die Lieferprozesse von Onlinehändlern smart, transparent und klimaneutral zu gestalten. Mit 7SGreen hilft der Logistik-Experte E-Tailern zusätzlich, ihre Klimaziele zu erreichen und ermöglicht ihnen, ihren Kunden einen klimaneutralen Versand anzubieten: Mit drei Cent pro Sendung, die in zertifizierte Klimaschutzprojekte fließen, werden die transportbedingten CO₂-Emissionen exakt ausgeglichen. „Onlinehändler erhalten zudem jährliche Zertifikate, die einen Überblick über die eingesparten Emissionen geben und mit denen sie ihr Engagement an ihre Kunden kommunizieren können“, so Dr. Plehn.

Nachhaltigkeit bei Liefer- und Softwareprozessen

Seven Senders unterstützt E-Tailer nicht nur bei der Umsetzung eines klimaneutralen Versands, sondern sorgt gleichzeitig für klimafreundlichere Liefer- und Softwareprozesse. Bei der Zusammenstellung ihres umfassenden Carrier-Netzwerks hat die Delivery-Plattform ihr Hauptaugenmerk auf verlässliche Zustellung, Transparenz und den entsprechenden CO₂-Ausgleich gelegt. „Überall wo es geht, setzen wir zudem auf Carrier, die schon e-mobil unterwegs sind“, ergänzt der Gründer von Seven Senders. Weitere Lösungsansätze, die den Paketversand nachhaltiger gestalten, sind beispielsweise das Zusammenlegen von Sendungen, um so Leerfahrten zu vermeiden, oder die Erhöhung der Zustellrate durch vermehrte Lieferungen an Pick-up Points.

Anzahl der Anschläge (inkl. Leerzeichen): 4.717

Weitere Informationen finden sich unter www.sevensenders.com/de.

Bitte geben Sie bei Verwendung des bereitgestellten Bildmaterials die entsprechende Quelle an.

**Dr. Johannes Plehn, Gründer und Geschäftsführer
von Seven Senders**
[300dpi](#)

Logo Seven Senders
[300dpi](#)

Unternehmenskontakt:
Seven Senders GmbH
Head of Marketing and Communication
Sandra Maeder
Tel. +49 (0) 151 68 918 800
s.maeder@sevensenders.com

Pressekontakt:
HARTZKOM GmbH
PR und Content Marketing
Marion Angerer
Tel. 089 998 461-18
sevensenders@hartzkom.de

Über SEVEN SENDERS

Seven Senders ist die führende Delivery-Plattform für den Paketversand. Das im Jahr 2015 von Thomas Hagemann und Johannes Plehn gegründete Unternehmen verbindet Versender mit seinem Carrier-Netzwerk aus über 100 Paketzustellern in Europa, und ermöglicht so exzellenten, lokalen Versand als Wettbewerbsvorteil zu nutzen. Mit zusätzlichen Versandservices, wie Claims Center, Versicherung, Retourenportal und Labels, macht SEVEN SENDERS den internationalen Versand zur einfachen Sache. Automatisierte Versandbenachrichtigungen, Tracking- und Monitoringlösungen sorgen für einen transparenten Versandprozess. Monatliche Reports und Analysen ermöglichen die datenbasierte Optimierung der internationalen Versandperformance. Versender erhalten alles aus einer Hand und reduzieren Komplexität.
www.sevensenders.com.