

Nachhaltigkeit für den B2B eCommerce immer wichtiger

Das Thema Nachhaltigkeit zählt zu den wichtigsten Zukunftstrends. Doch zählt sich ein entsprechendes unternehmerisches Engagement auch aus.

Nachhaltigkeit ist im B2B-Bereich besonders wichtig für das Image

Auch im B2B-Bereich wächst die Relevanz eines nachhaltigen unternehmerischen Handelns. Denn dieses fördert das Vertrauen, welches wiederum gerade im B2B-Geschäft eine entscheidende Erfolgsvoraussetzung ist. Eine wichtige Vorreiterrolle haben bereits diverse B2B-Online-Händler mit einem neuen Verhaltenskodex „Code of Conduct“ übernommen: Diese Vereinbarung listet den Unternehmen wichtige verbindliche Nachhaltigkeitsprinzipien wie faire Beschäftigungsverhältnisse und die Förderung des Umweltschutzes auf.

Die Studie „Nachhaltigkeit im Online-Handel – Die Rolle von Ausgestaltung und Kommunikation“ des ECC Köln hat ergeben, dass auch bereits für aktuell 60 Prozent aller Online-Käufer soziale und ökologische Probleme von Interesse sind. Außerdem achten schon 36 Prozent aller Befragten bei ihrem Online-Einkauf darauf, ob das dortige Unternehmen an sozial oder ökologisch unbedenklichen Verhaltensweisen beteiligt ist. Bei den meisten Online-Shopkunden stehen insbesondere Nachhaltigkeitsmaßnahmen mit einem hohen Eigennutzen – wie ein guter Kundenservice oder besonders langlebige und nicht gesundheitsschädigende Produkte – im Vordergrund.



(Quelle: Einzelhandel-News.de)

Kreative Lösungen sind gefragt

Beim Kunden profilieren können sich E-Commerce-Unternehmen dahingegen mit Dingen, wie einem nachhaltigen Versand und einer nachhaltigen Sortimentsgestaltung. Online-Händler, die für einen ökologischen Versand ihrer Waren sorgen und die zusätzlich Verantwortung für die Aufbereitung und Entsorgung ihrer Produkte und Verpackungen übernehmen, steigern deutlich den Sympathiefaktor beim Konsumenten.

Ebenfalls beachtet werden muss, dass bis heute gerade im Online-Geschäft das wachsende Umweltinteresse der Kunden einer deutlich geringeren Bereitschaft zur Zahlung von diesbezüglichen Mehrkosten gegenübersteht. Dass dieser Widerspruch jedoch auch zu kreativen Lösungen führen kann, zeigen einflussreiche Firmen: Diese bieten beispielsweise in ihrem Online-Shop beim Check-Out eine „Umweltoption“ an, bei welcher der Kunde eine bereits gebrauchte Umverpackung wählen kann.

Commonpay GmbH
E-mail: info@commonpay.com
Telefon: +49 (0)7031 71499-50