

Verkauft und geschreddert

Britta Seifert

In letzter Zeit liest man immer wieder, dass Neuwaren im großen Stil vernichtet werden. Dafür geben die Unternehmen verschiedene Gründe an. So können Produkte u.a. falsch etikettiert und dadurch nicht verkaufsfähig sein. Einige Produkte entwickeln sich zu Ladenhütern, der Lagerplatz wird gebraucht. Also werden sie vernichtet. Voll funktionsfähig! Die Vernichtung ist für die Unternehmen kostengünstiger und unproblematischer als die Dinge zu spenden. Und dies liegt an der Gesetzeslage.

Auch mehrere Modeketten sind wegen der Vernichtung ihrer Artikel letztes Jahr in den Schlagzeilen gelandet. So hat Burberry Ware im Wert von 28 Millionen Pfund aus Prestige Gründen vernichtet. Nicht verkaufte Waren sollen nicht mehr verramscht werden. Dies ist in der Modebranche häufiger der Fall. Auch H&M war wegen der Vernichtung seiner Lagerbestände in den Schlagzeilen. Tatsache ist auch, dass viele Bekleidungsunternehmen Ware vernichten, die reparaturfähige Mängel haben. Hierzu gehört z. B. eine offene Naht oder ein fehlender Knopf.

Ein weiteres Problem sind die Retouren im Onlinehandel. Zurzeit steht diesbezüglich Amazon stark in der Kritik. Der Online-Einkauf ist eh schon problematisch für die Umwelt. 2017 wurden rund 3,3 Milliarden Online-Bestellungen verschickt. Bei einer mittleren Pakethöhe von 20 Zentimetern reichen die gestapelten Pakete bis zum Mond und wieder zurück. Die tägliche Menge unserer Online-Bestellungen ist zweieinhalb Mal so hoch wie der Mount Everest. Der Konsumrausch geht durch Ressourcenverschwendung und



Energieverbrauch zu lasten der Umwelt. Durch die hohe Retourenzahl wird die Ökobilanz des Online-Handels weiter verschlechtert. In einer Berechnung des Öko-Instituts an Hand eines Schuhkaufs in einer Großstadt belaufen sich die Emissionen für die Rücksendung auf 370 Gramm CO₂ – und machten damit mehr als ein Drittel der Emissionen des gesamten Bestellprozesses aus.

2016 betrug der Verpackungsmüll für den Onlineversand 8,1 Millionen Tonnen, das sind 45 % des gesamten Verpackungsmülls in Deutschland. Offizielle Zahlen der Rücksendungen gibt es nicht, denn die Unternehmen legen ihre Zahlen nicht offen. Doch „die Forschungsgruppe Retourenmanagement der Universität Bamberg ermittelte in Studien gerade für den Bereich Kleidung übliche Retourenquoten um 50 Prozent. Sie weist darauf hin, dass in dem Segment teilweise auch Rücksendequoten von 70 bis 80 Prozent beobachtet würden“.

Nach Recherchen des ZDF und der Wirtschaftswoche verkauft das Unternehmen Amazon rund 30 Prozent der Retouren nicht wei-

ter. Die Waren zu vernichten ist billiger, als die Ware zu prüfen, neu zu verpacken und zu lagern. Amazon hat elf Standorte, welche die Retouren bearbeiten. An einem einzelnen Standort werden täglich Warenwerte von ca. 23.000 € vernichtet. Pro Kopf des Schredder-Teams.

Nach der Berichterstattung durch die Medien gibt es nun verschiedene Kampagnen, um der Konsumspirale entgegenzuwirken. Greenpeace hat eine Petition ins Leben gerufen. Sie fordern ein Gesetz, welches die Vernichtung von neuerartigen Sachen verbietet. Dies ist ein Lösungsansatz. Doch insgesamt sollten wir alle langfristig umdenken. Kleidung und Elektronik sollten Gebrauchsartikel sein und kei-



ne Verbrauchsartikel. Hier sind auch die Politik und Wirtschaft gefordert, denn Vieles ist nicht mehr auf langlebig produziert, sondern auf Schnelllebigkeit und „im Trend sein“. Eine solche Produktionsweise ist für die Umwelt und das Klima ebenso gefährlich wie es Nachteile für die Menschen, die die Dinge produzieren, birgt. Schließlich steckt in jedem produzierten Teil eine Menge an Arbeitskraft, Energie und Umwelt. Das sollten wir schätzen und nicht leichtfertig vernichten.