

Erfolgreich durch Innovation – Neue Wege in der Transportwirtschaft und Logistik



eComTraf

Auswirkungen von E-Commerce auf das
Gesamtverkehrssystem

eComTraf

Auswirkungen von E-Commerce auf das Gesamtverkehrssystem

Mobilität der Zukunft, 3. Ausschreibung; 07/2014 – 06/2015



eComTraf

Auswirkungen von E-Commerce auf das Gesamtverkehrssystem

Wie sehen die Wechselwirkungen zwischen Personenmobilität (Reduzierung der individuellen Einkaufsfahrten) und E-Commerce (Wachstum des Paketvolumens) aus und welche Effekte haben sie auf das Gesamtverkehrssystem?

Wird Verkehr am Ende reduziert oder generiert?

eComTraf

Auswirkungen von E-Commerce auf das Gesamtverkehrssystem

- Infos / Daten KEP



- Anzahl Pakete
- durchschnittliche Pakete pro Tour
- maximale Pakete pro Fahrzeug
- Anzahl Stopps, Pakete pro Stopp
- gefahrene Touren
- durchschnittliche Tourlänge
- gefahrene Zustellkilometer
- maximale Stopps pro Tour
- Erstzustellquote

eComTraf

Auswirkungen von E-Commerce auf das Gesamtverkehrssystem

- KundInnenverhalten - online / stationär



Repräsentative
Umfrage n=1002

Daten aus der Mobilitäts-
erhebung NÖ+W

Berücksichtigt / befragt / erhoben:

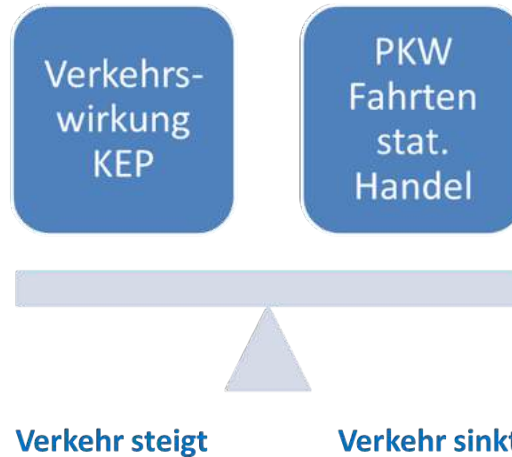
- Art der Abholung / Zulieferung
- Retourenquoten
- Verkehrsverhalten beim stationären Einkauf (Wegekettten)
- kompletter Ersatz durch einen Online-Einkauf,
- ROPO

eComTraf

Auswirkungen von E-Commerce auf das Gesamtverkehrssystem



FzgKm bei
KEP (B2C)



Einsparung FzgKm
beim Individual-
verkehr

eComTraf

Auswirkungen von E-Commerce auf das Gesamtverkehrssystem



**FzgKm bei
KEP (B2C)**



**Einsparung FzgKm
beim Individual-
verkehr**

Zum Vergleich: ca. 4,5 Mrd. FzgKm für den Wegzweck Einkaufen

eComTraf

Auswirkungen von E-Commerce auf das Gesamtverkehrssystem



79,1 Mio

230 Mio



ca. 0,254 kg CO₂ je Paket

(Post: ca. 0,323 kg CO₂ je Paket)

(Ottogroup Studie: Ø 0,27 kg CO₂ je Paket)

ca. 0,54 kg CO₂ je Einkauf

(bei 64 Mio. B2C Paketen)

eComTraf

Auswirkungen von E-Commerce auf das Gesamtverkehrssystem

Nicht jeder Onlinekauf hat eine positive Verkehrswirkung....

(Zeitfenster, Same day, Click&Collect , Abholstationen, Showrooming)

.... weil nicht der Onlinekauf an sich die verkehrsreduzierende Wirkung hat, sondern die Art der Zustellung bzw. Abholung des Paketes.

Erfolgreich durch Innovation – Neue Wege in der Transportwirtschaft und Logistik



Vielen Dank.

FH-Prof. Dr. Efrem Lengauer

Logistikum Steyr
efrem.lengauer@fh-steyr.at