

Rede
von
Maria Krautzberger,
Präsidentin des Umweltbundesamtes,
auf der Veranstaltung
„Wider die Verschwendung III:
Ecodesign – nachhaltige Lebensstile und
Chancen für Geschäftsmodelle“
am 11. Mai 2017
in Berlin

– Es gilt das gesprochene Wort –

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Kolleginnen und Kollegen,

herzlich willkommen hier im Tagungswerk in Berlin, bei unserer Veranstaltung zum Thema „Ecodesign – nachhaltige Lebensstile und Chancen für Geschäftsmodelle“.

Diese Konferenz ist die dritte in unserer Reihe „Wider die Verschwendung“. 2014 ging es um das Abfallvermeidungsprogramm, 2015 um Strategien gegen Obsoleszenz. Vor allem das letzte Thema steht in enger Verbindung zum Ecodesign. Aber dazu komme ich später noch.

Vor wenigen Monaten hat das Umweltbundesamt (UBA) seinen Ressourcenbericht veröffentlicht, der sagt: Pro Jahr verbraucht jeder Mensch in Deutschland mehr als 16 Tonnen Rohstoffe. Das sind ganze 44 Kilo pro Tag pro Person. Unser Konsumverhalten und unsere Produktionsmuster sind ein Problem für die Welt, wir sind damit die entscheidenden Treiber für den weltweiten, ungebremsten Ressourcenverbrauch.

Diese Erkenntnis teilt auch die Bundesregierung und hat mit dem „Nationalen Programm für Nachhaltigen Konsum“ zum Ausdruck gebracht, dass wir in Deutschland nicht so weitermachen sollten wie bisher. Das Programm ist eine Fundgrube für unterschiedliche Handlungsansätze. Ein wichtiges, ja zentrales Handlungsfeld ist hier auch das Ökodesign – also das umweltgerechte Gestalten von Produkten und Dienstleistungen. Umweltgerecht heißt dabei vor allem energieeffizient und ressourcenschonend.

Ökodesign kann einen entscheidenden Beitrag zur Steigerung der Energieeffizienz leisten. Deshalb ist es so wichtig, dass die Ökodesign-Richtlinie auf europäischer Ebene weiter entwickelt wird: Um anspruchsvollere Effizienzanforderungen vor allem bei den Produkten durchzusetzen, die viel Energie verbrauchen, wie zum Beispiel Fernseher. Auch, um die Energieverbrauchskennzeichnung auf möglichst viele Produktgruppen auszuweiten.

Der Arbeitsplan zur Ökodesign-Richtlinie sieht vor, dass bis zum Jahr 2019 sieben neue Produktgruppen aufgenommen werden sollen, darunter Wasserkocher, Händetrockner, Fahrstühle und Solarpaneele. Für sieben weitere Produktgruppen wie Verkaufskühlgeräte in Supermärkten oder Server läuft der Regelungsprozess. Und für weitere 22 Produktgruppen erfolgt eine Revision von Verordnungen. Es tut sich also was. Und es ist erfreulich, dass die EU-Kommission mehr Augenmerk auf die Lebensdauer, Reparierbarkeit, die Aufrüstbarkeit und die Recyclierbarkeit von Produkten legen will. Und das nicht nur bei der Revision der Verordnungen zu Fernsehgeräten, sondern auch bei Haushaltskühlgeräten, Haushaltswaschmaschinen und Geschirrspülern, Wäschetrocknern und Computern. Hier sieht sie durchaus die Möglichkeit, weitere Ressourceneffizienzpotentiale zu erschließen. Es wird geschätzt, dass diese Maßnahmen der Ökodesign-Richtlinie zusammen mit der Energieverbrauchskennzeichnungs-Richtlinie die Hälfte der Energieeinsparziele in den Mitgliedstaaten bis 2020 erfüllen könnten. Sie gehören damit zu den wirkungsvollsten EU-politischen Instrumenten zur

Förderung der Energieeffizienz. Und entfalten damit natürlich auch Effekte für den Klimaschutz.

Es gibt auch bereits Erfolge, auf die man verweisen kann: So ist es gelungen, mit höheren Effizienzanforderungen „Stromfresser“ vom Markt zu nehmen. Zum Beispiel bei den Kühlschränken, die seit 2011 alle mindestens die Anforderungen der Energieeffizienzklasse A+ erfüllen müssen.

Schon allein mit den bestehenden europäischen Verordnungen der Ökodesign-Richtlinie und der Energieverbrauchskennzeichnungs-Richtlinie sollen in der EU bis zum Jahr 2020 jährlich etwa 175 Millionen Tonnen Primärenergie eingespart werden – über Produktgruppen wie Heizkessel, Motoren oder Computer. Das ist immerhin mehr als der jährliche Primärenergieverbrauch von Italien. Oder: Für einen durchschnittlichen Haushalt kann dies jedes Jahr Energiekosteneinsparungen von 490 Euro bringen. Es lohnt sich also, hier weiterzumachen: eine gelungene Verbindung von „Wachstum“ und mehr Umwelt- und Klimaschutz!

Die Kommission will darüber hinaus mit Ökodesign auch einen relevanten Beitrag zur Kreislaufwirtschaft liefern. Das bedeutet, dass Designer und Hersteller zentrale Aspekte wie Materialeffizienz, Lebensdauer und Wiederverwertbarkeit stärker im Produktdesign berücksichtigen müssen. Neben verbindlichen Regelungen wie der Ökodesign-Richtlinie und Produktverordnungen kommt hier auch den freiwilligen Vereinbarungen eine wichtige Bedeutung zu, also Selbstverpflichtungen oder Anreizsystemen, wie das Umweltinnovationsprogramm oder der Bundespreis Ecodesign.

Ein anderer Punkt, der vor allem im „Nationalen Programm Nachhaltiger Konsum“ gesetzt wird, ist eine bessere Verbraucherinformation. Dazu gehören nutzerfreundliche Bedienungsanleitungen für Produkte oder Anleitungen zum Reparieren. Zunächst sind hier natürlich die Hersteller gefragt, aber auch die Verbraucherseite kann diese Forderung ja stellen.

Dennoch: Die politischen Ziele in Deutschland und der EU werden ohne ergänzende ökonomische Instrumente

nicht zu erreichen sein. Daher schlagen wir von Seiten des UBA auch immer wieder einen reduzierten Mehrwertsteuersatz für besonders ressourceneffiziente Produkte vor. Oder eine geringere Mehrwertsteuer auf Reparaturdienstleistungen.

Preise müssen die ökologische Wahrheit sagen – das ist eine alte Forderung. Viel erreicht wurde mit dieser Forderung – wenn wir ehrlich sind – bislang nicht. Ein „Zweites Preisschild“ für Produkte könnte deshalb hilfreich sein, den Prozess wieder einmal anders zu beleuchten.

Zurück zum Design, genauer zum Ökodesign. Das hat sich immer stärker etabliert, auch über den Bundespreis Ecodesign: Seit 2012 haben Studierende und kreative Köpfe aus Unternehmen, Startups und verschiedene Initiativen insgesamt 1.300 Projekte eingereicht. Das Interesse ist nach wie vor hoch. In den letzten fünf Jahren wurden immerhin 47 Preisträger ausgezeichnet. Die Projekte der Nominierten und Preisträger aus 2016 sind hier übrigens ausgestellt.

Ein Preisträger aus dem letzten Jahr ist die Stoffkollektion der Climatex AG. Diese zeigt sehr gut, um welche Prinzipien es beim Ecodesign geht:

Produkte sollen langlebig sein, einfach reparierbar und sich am Ende gut recyceln lassen. Und außerdem schadstoffarm und material- und energieeffizient sein. Unser Ziel ist es, dass diese ökologischen Design-Prinzipien als zentrale Gestaltungsgrundsätze in der Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen fest etabliert werden!

Wie können wir dieses anspruchsvolle Ziel erreichen?

Zum einen durch Standards und Herstellerpflichten, also durch Vorgaben der Ökodesign-Richtlinie, durch Informationspflichten zur Energieverbrauchskennzeichnung.

Zum anderen mit Vorgaben zur Rücknahme und Entsorgung von ausgedienten Produkten.

Der Bundespreis Ecodesign zeigt, dass viele kleine und mittlere Unternehmen hier viel Mut zur Innovation haben. Sie sind immer wieder richtungsweisend. Aber inzwischen machen auch zunehmend große

Unternehmen wie Bosch, Jack Wolfskin oder Miele mit.
Das ist wichtig und freut uns sehr.

Natürlich darf meine Einführung nicht enden, ohne auf die wichtige Rolle der Verbraucherseite hinzuweisen. Dazu müssen umweltfreundliche Produkte einfach zu erkennen sein, also Labels tragen.

Leider sind wir von dem Ziel der deutschen Nachhaltigkeitsstrategie, bis 2030 einen Marktanteil von 34 Prozent für Produkte mit staatlichen Umweltzeichen zu erreichen, noch weit entfernt. Derzeit sind es nur 6 Prozent.

Umweltfreundliche Produkte müssen dann aber auch gekauft und natürlich möglichst lange genutzt werden. Machen wir uns nichts vor: Die Wertschätzung für solche Produkte und die Nutzungsdauer sind noch steigerungsfähig.

Dass wir noch einen weiten Weg vor uns haben, zeigen auch unsere Studien zu Obsoleszenz. Sie belegen eben, dass sich viele Leute von Produkten trennen,

obwohl sie noch funktionieren. Weil der „alte“ Fernseher vielleicht nicht mehr auf dem neuesten technischen Stand ist – der Klassiker. Im Elektronikbereich ist das besonders gravierend, weil die Herstellung sehr ressourcenintensiv ist.

Um dem Problem der Obsoleszenz zu begegnen ist zudem eine modulare Bauweise wichtig: Wenn sich der veraltete Fernseher durch den Austausch einzelner Module „auf den neuesten technischen Stand“ bringen lässt, muss eben nicht das ganze Gerät ausgetauscht werden. Für die Verbraucher hat das viele Vorteile: Sie sparen Geld, wenn sie kein neues Produkt kaufen, sie müssen sich nicht um die Entsorgung kümmern und damit liegt die Entscheidung bei ihnen, und nicht bei der Technik, wie lange sie mit ihrem Gerät leben wollen.

Das UBA bemüht sich hier intensiv darum, gemeinsam mit den beteiligten Akteure herauszufinden, wie und was diese einbringen können: also Unternehmen, Verbraucher und Hochschulen. Aktuelle

Forschungsergebnisse dazu hören Sie im Laufe des Tages in den verschiedenen Vorträgen.

An dieser Stelle nur so viel:

Unternehmen wünschen sich offenbar eine stärkere Vernetzung und mehr Austausch – auch untereinander – zu Fragen des ökologischen Produktdesigns. Die Bereitschaft ist aber vorhanden.

Aktuell läuft auch eine Studie, die nach Kaufkriterien der Verbraucher fragt. Das Vorhaben geht der Frage nach, wie die Erwartungen der Verbraucher an umweltrelevante Produkteigenschaften und die ökologische Gestaltung durch die Unternehmen besser vereint werden können.

Unsere Forschungsvorhaben zeigen deutlich, dass die verstärkte Integration von Ökodesign an Hochschulen ganz zentrale Impulse für das umweltgerechte Design von Produkten und Dienstleistungen geben kann.

Daher freuen wir uns, dass immer mehr Design- und Ingenieursstudiengänge ökologische Aspekte integrieren und Umweltkompetenz aufbauen. Wir

unterstützen das im Rahmen unserer Möglichkeiten. So haben wir in Zusammenarbeit mit Hochschulen die Internetseite „Ecodesign Kit“ entwickelt. Dort sind Erkenntnisse aus den Umweltwissenschaften zusammengestellt. Mit dem „Ecodesign Kit“ ist unter anderem eine ökologische Bilanzierung von Energie- oder Ressourcenverbrauch – etwa bei Rührschüsseln oder Stühlen – möglich. Damit ökologische Gestalten von Produkten einfacher wird.

Mir ist schon klar:

Wir haben noch einen langen Weg vor uns.

Wir brauchen Mut in den Unternehmen. Wir brauchen Innovationsgeist der Designerinnen und Designer. Und wir brauchen informierte Verbraucherinnen und Verbraucher, die die richtigen Kaufentscheidungen treffen. Und die manchmal auch verzichten können. Denn ohne Verzicht– Stichwort „Suffizienz“– werden wir die großen Herausforderungen im Klima- und Ressourcenschutz nicht in den Griff bekommen. Auch darüber müssen wir diskutieren.

Eine Möglichkeit, immer mehr Beteiligte und Interessierte an einen Tisch zu holen, ist das Nationale Netzwerk für nachhaltigen Konsum. Wir laden Sie alle ein, dort mitzumachen. Dafür werben wir auch mit der Veranstaltung heute. Ich hoffe, Sie sagen alle am Ende des Tages: Es hat sich gelohnt, dabei zu sein!

In diesem Sinn wünsche ich uns allen eine erfolgreiche Veranstaltung.