



Zusammenfassung

„Ökodesign und Energieeffizienz – Potenziale für nachhaltige Konsum- und Produktionsweisen“

2. Fachkonferenz im Rahmen des nationalen Dialogprozesses zur Förderung nachhaltiger Konsum- und Produktionsmuster

Veranstalter: Bundesumweltministerium (BMU) / Umweltbundesamt (UBA)

Ort: UBA, Wörlitzer Platz 1, 06844 Dessau, Konferenzsaal

Zeit: 28. Oktober 2005, 09:00 – 16:15

Hintergrund.....	2
Begrüßung und Einführung.....	3
Politische Ansätze	4
Berichte aus den Arbeitsgruppen	5
AG 1: Grünbuch Energieeffizienz – Bedeutung für die Produktpolitik.....	5
AG 2: EuP-Rahmenrichtlinie – Impulse für das Ökodesign	6
AG 3: Neue Energie für die Umweltkommunikation.....	7
Podiumsdiskussion	8
Ausblick und konkrete Schritte	9
Programm.....	12
Liste der Teilnehmerinnen und Teilnehmer	14

Hintergrund

Auf Einladung von Umweltbundesamt und Bundesumweltministerium fand am 28. Oktober 2005 die Fachkonferenz „Ökodesign und Energieeffizienz – Potenziale für nachhaltige Konsum- und Produktionsweisen“ am Sitz des Umweltbundesamtes in Dessau statt, an der 70 Experten aus Politik, Wissenschaft, Zivilgesellschaft und Wirtschaft teilnahmen. Auf dieser Fachkonferenz wurden zwei Ansätze – das Grünbuch Energieeffizienz der Europäischen Kommission und die EU Rahmenrichtlinie über die umweltgerechte Gestaltung energiebetriebener Produkte (nachfolgend „Ökodesign-Richtlinie“) aufgegriffen und mit Experten und Interessierten aus der Fachöffentlichkeit diskutiert. Die Fachkonferenz in Dessau war die zweite ihrer Art im Rahmen des „Nationalen Dialogprozesses für mehr Nachhaltigkeit in Konsum und Produktion“. Der gesamte Prozess sowie alle bisherigen Veranstaltungen, Vorträge und Ergebnisse sind auf der Internetseite www.dialogprozess-konsum.de dokumentiert.

Ziel der Fachkonferenz war es, über diese aktuellen politischen Entwicklungen zu informieren, den Dialog zwischen den gesellschaftlichen Interessensgruppen zu den Themen Ökodesign und Energieeffizienz zu intensivieren, die diesbezüglichen Potenziale und Anknüpfungspunkte in Deutschland und Europa aufzuzeigen und Impulse für gemeinsame, akteursübergreifende Handlungsmöglichkeiten und Kommunikationsinitiativen zu setzen. Die Ergebnisse der Konferenz in Dessau werden auf der europäischen Konferenz „Sustainable Energy Consumption“ am 13.-14. Dezember 2005 in Berlin vorgestellt, auf der vor allem die europäischen Perspektiven des Themas Ökodesign und Energieeffizienz diskutiert werden sollen.

In Plenarbeiträgen wurden die dargestellten Ansätze zu Ökodesign und Energieeffizienz aus Sicht von Politik, Zivilgesellschaft, Wirtschaft und Forschung in Bezug auf die Förderung nachhaltiger Produktions- und Konsumweisen thematisiert und diskutiert. In Arbeitsgruppen zu den Themen „Grünbuch Energieeffizienz“, „Ökodesign-Richtlinie“ und „Neue Energie für die Umweltkommunikation“ wurden Ansätze und Strategien für die Entwicklung und den Einsatz energie- und ökoeffizienter Produkte sowie für begleitende Kommunikations- und Kooperationsmöglichkeiten diskutiert und Vorschläge zur Weiterentwicklung dieser Ansätze unterbreitet. Die Diskussion in den Arbeitsgruppen orientierte sich dabei an den folgenden Leitfragen:

Welche Ansätze sind geeignet, um die im Grünbuch und der Ökodesign-Richtlinie enthaltenen Vorgaben in praktisches Handeln umzusetzen? Wie müssen akteursübergreifende Kooperationen und innovative Partnerschaften aussehen, um die Entwicklung und Verbreitung energieeffizienter Produkte zu verbessern? Mit welchen Lebenszyklusansätzen können effizient und wirkungsvoll Verbesserungen bei Produkten erreicht werden?

Wie können Kooperationen oder innovative Partnerschaften gemeinsamen Zielen zur produktbezogenen Öko- und Energieeffizienz mehr Gewicht verschaffen? Wie können die in Deutschland bereits erreichten Standards und ökoeffizienten Innovationen in der EU stärker als bisher eingebracht und im Diskussionsprozess zur Ökodesign-Richtlinie verankert werden?

Wie kann der nationale Dialogprozess für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster zu diesen Verbesserungen beitragen? Welche konkreten Maßnahmen im Rahmen des

Dialogprozesses von BMU und UBA halten die Teilnehmer der Arbeitsgruppen für notwendig, um allen Beteiligten aktive Unterstützung für die Erreichung öko- und energieeffizienter Ziele für Produkte zu geben? Welche Rolle sollten die einzelnen Interessensgruppen spielen?

In Berichten aus den Arbeitsgruppen wurden die Ergebnisse der Diskussionen anschließend zusammengefasst und erste Ideen für Folgeaktivitäten skizziert. Die Podiumsdiskussion mit Vertreterinnen und Vertretern aus der Verwaltung (BMU, BMWA), von Verbraucherverbänden und aus der Wirtschaft beleuchtete in drei Blöcken a) die übergeordneten Aspekte zu Potenzialen und Chancen von Ökodesign, b) den gegenwärtigen Stand der Umsetzung der Ökodesign-Richtlinie, und c) Handlungsnotwendigkeiten sowie mögliche Konkretisierungen erster Schritte, Nachfolgeaktivitäten und Kooperationsansätze.

Begrüßung und Einführung

Prof. Dr. Andreas Troge, Präsident des Umweltbundesamtes, begrüßte die Teilnehmer der Fachkonferenz in Dessau. Er betonte, dass Europa, um nachhaltigen Wohlstand zu erhalten, sich niedrige Umweltstandards nicht leisten könne. Denn energieeffiziente Produkte, insbesondere stromeffiziente Produkte, spielten eine große Rolle bei der Stärkung der Innovationskraft des europäischen Wirtschaftsraums. Er plädierte für eine engere Verzahnung von europäischer Wettbewerbs- und Nachhaltigkeitsstrategie, wobei die Reduzierung produktbezogener Umweltbelastungen und Gesundheitsrisiken, der Schutz natürlicher Ressourcen bei gleichzeitiger Steigerung der Energieeffizienz und Ressourcenproduktivität als eine zentrale gesellschaftliche Aufgabe angesehen werden muss. Die damit verbundenen, weit reichenden Innovationen seien jedoch nur dann zu realisieren, wenn die Nachfrage nach umweltorientierten Produktinnovationen drastisch gesteigert werden könne. Dies setze eine neue Qualität in der Umweltkommunikation voraus, die nach neuen Wegen sucht, größere Teile der Bevölkerung für das Thema „nachhaltige Konsummuster“ zu erschließen, so z. B. auch die teilsensibilisierten Wohlstandsbürger der städtischen Vororte. Dieser Zielgruppe müsse man z. B. den Nutzen solcher Produktinnovationen im Hinblick auf gesteigerte Lebensqualität deutlicher machen und diesen auch zielgruppenspezifisch kommunizieren, wie die Kommunikationskampagne „Aktion Blau“ zum 25-jährigen Jubiläum des „Blauen Engels“ im Jahr 2003 erfolgreich gezeigt hat.

Dr. Hendrik Vygen, Abteilungsleiter im Bundesumweltministerium, verwies auf den Worldwatch Report 2004, der sich mit den Problemlagen entwickelter Konsumgesellschaften befasst. Danach sei die Bedeutung der privaten Haushalte für den Umweltverbrauch nach wie vor sehr hoch. Auf der anderen Seite seien auch die Produzenten in der Verantwortung, denn 80% des Umweltverbrauchs von Gütern werde beim Design festgelegt. Daher befasse sich diese Konferenz auch mit Ökodesign und dem Erfolgsbeispiel Integrierte Produktpolitik (IPP). Weiter beurteilte er verschiedene Politikinstrumente: Die Erfahrungen mit freiwilligen Vereinbarungen (wie sie auch die europäische Ökodesign-Richtlinie vorsieht) seien gemischt. Voraussetzung für erfolgreiche freiwillige Vereinbarungen sei, dass alle Akteure „im Boot“ sein müssten, dass es klare Regeln für Monitoring und Berichterstattung gebe sowie klare Konsequenzen im Fall der Nichterfüllung. Der japanische „Top-Runner Ansatz“, bei welchem die energieeffizienteste Lösung zum Marktstandard erklärt wird, sei innovativ. In Japan beziehe er sich jedoch nur auf den Energieverbrauch von Geräten. Die Frage bleibe, inwieweit der Ansatz auf andere Aspekte übertragbar sei. Standards seien jedoch grundsätzlich auch aus ökonomischen Gründen

sinnvoll, da sie Innovationsanreize böten und damit einen Beitrag zur europäischen Wettbewerbsstrategie (Lissabon-Strategie) leisteten. Auch auf Seite der Nachfrager gebe es Veränderungen: Die schauten angesichts steigender Energiepreise auch auf den Energieverbrauch von Produkten, nicht nur auf den Einkaufspreis. Weiterhin verwies er auf die Rolle der öffentlichen Beschaffung und seine Vorbildfunktion, umweltorientierte Produktinnovationen am Markt zum Durchbruch zu verhelfen.

Jutta Penning, Fachbereichsleiterin im Umweltbundesamt und Moderatorin der Fachkonferenz, verwies auf die unerwartete Dynamik, die sich auf EU-Ebene zur Integrierten Produktpolitik entwickelt habe (z.B. die Richtlinien zu Elektrogeräten, Grünbuch Energieeffizienz, Ökodesign-Richtlinie). Hieraus ergeben sich auch für das Umweltbundesamt neue Aufgabenstellungen, so z.B. bei der Beratung und Informationsvermittlung zu den unterschiedlichen Richtlinien und Gesetzesinitiativen im Bereich des produktbezogenen Umweltschutzes. Der Bedarf der Unternehmen und Verbände nach adäquater Information sei in den letzten Jahren erheblich gestiegen, aber auch die Notwendigkeit, die umweltpolitischen Interessen auf nationaler Ebene besser als bisher zu bündeln und gezielter auf europäischer Ebene einzuspeisen. Dies gelte vor allem in den Bereichen, wo Deutschland bereits über hohe Standards verfügt. Auch sei darauf zu achten, dass z. B. bei der Umsetzung der Ökodesign-Richtlinie gerade auch die Unternehmen belohnt werden sollten, die bereits in fortschrittliche, innovative ökologische Technologien und Produkte investiert haben. Um dies zu erreichen, sei es dringend geboten, den Dialog und Abstimmungsprozess zwischen den unterschiedlichen Akteurs- und Interessengruppen weiter zu intensivieren sowie kooperative Handlungsstrategien auf nationaler und europäischer Ebene nach vorne zu bringen.

Politische Ansätze

Der Einleitung folgten drei zentrale Beiträge, in denen das Grünbuch Energieeffizienz, die Ökodesign-Richtlinie sowie die Bedeutung von Energieeffizienz bei Produkten in den weiteren Kontext der Energie- und Klimapolitik gestellt wurden.

Dr. Stephan Kolb, Mitarbeiter der Generaldirektion Transport und Energie der Europäischen Kommission, stellte die europäischen Ansätze zum Grünbuch Energieeffizienz und Ökodesign-Richtlinie dar. Das Grünbuch Energieeffizienz trage wesentlich zur Erreichung der Ziele der Lissabon-Strategie bei und steigere die Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Wirtschaft. Gleichzeitig leistet es einen Beitrag zu Umweltschutz und nachhaltiger Entwicklung und helfe die Abhängigkeit von teuren Energieimporten zu verringern. Das breite Spektrum der im Grünbuch aufgeführten Maßnahmen stelle ein kosteneffizientes Potenzial zur Verbesserung der Energieeffizienz dar. Das Energie-Einsparpotenzial betrage 20% und lasse sich unter der Annahme eines „Business as Usual“-Szenarios bis zum Jahr 2020 realisieren. Bereits die Hälfte dieses Potenzials lasse sich durch eine fristgerechte und vollständige Umsetzung bestehender Instrumente erreichen, z.B. durch die Gebäuderichtlinie, die Kraft-Wärme-Kopplung-Richtlinie, die Rahmenrichtlinie und Durchführungsrichtlinien zur Energieverbrauchskennzeichnung von Haushaltsgeräten sowie die Ökodesign-Richtlinie.

Hinsichtlich der Ökodesign-Richtlinie wurde hervorgehoben, dass bei energiebetriebenen Produkten die Umweltauswirkungen (hier v.a. der Energieverbrauch) hauptsächlich während der Nutzung auftreten. Mit der Ökodesign-Richtlinie soll die Umweltverträglichkeit eines

Produkts verbessert werden, ohne dessen Nutzen wesentlich zu beeinträchtigen. Dabei sind alle Phasen des Lebenszyklus (Fertigung, Verpackung, Nutzung, etc.) zu berücksichtigen.

Die Ökodesign-Richtlinie wird derzeit in einem Konsultativforum weiterentwickelt. Eine erste Umsetzungsphase mit ausgewählten Produkten wurde begonnen. Ebenso laufen Studien zur Vorbereitung von Durchführungsverordnungen.

Dr. Wolfgang Bloch, Vorsitzender des ZVEI-Umweltausschusses stellte die Sicht der Industrie zur Ökodesign-Richtlinie dar. Die Elektrotechnik- und Elektronikindustrie habe in den letzten Jahrzehnten bedeutende Fortschritte erzielt. Die Entwicklung bei elektronischen Speichermedien sei hierfür ein Paradebeispiel. Viele Potenziale seien jedoch noch nicht hinreichend genutzt. So seien Energieeffizienzgewinne durch Systeminnovationen besser zu nutzen (vom Plattenspieler, zum CD Player, zum Download). Auch Win-Win Optionen seien nach wie vor nicht optimal ausgeschöpft. Die Umsetzung der Ökodesign-Richtlinie erfordere eine intensive Diskussion über Potenziale und Restriktionen, bei der die Interessen aller Beteiligten zu berücksichtigen seien.

Prof. Peter Henicke, Präsident des Wuppertal Institutes, betont in seinem Vortrag, dass einer besseren Energieeffizienz neben Kraft-Wärme-Kopplung und Regenerativen Energien eine Schlüsselrolle zukomme und stellte damit die Frage der Energieeffizienz bei Produkten in den weiteren Kontext der Energie- und Klimapolitik. Er stellte verschiedene Szenarien über die Potenziale der Effizienzgewinne dar. Wichtig seien dabei Systemlösungen über die gesamte Prozesskette hinweg. Vor allem ein zielgruppen- und sektorspezifischer Instrumentenmix erschließe die „eigentlich wirtschaftlichen Effizienzpotentiale“. Hilfreich für eine Markttransformation sei eine Nachfragebündelung. Ebenso würde die Einrichtung eines Energieeffizienzfonds dazu beitragen, nachweisbare Endenergieeinsparungen durch transparente Aktivitäten zu fördern.

Berichte aus den Arbeitsgruppen

Am Nachmittag wurde im Plenum über die Ergebnisse der Diskussionen in den jeweiligen Arbeitsgruppen berichtet und in der abschließenden Podiumsdiskussion diskutiert.

AG 1: Grünbuch Energieeffizienz – Bedeutung für die Produktpolitik

In einem Impulsvortrag wurde der Entwurf eines Energieeffizienzgesetzes von Greenpeace vorgestellt, das auf dem so genannten „Top-Runner Ansatz“ basiert. In ihm sollen möglichst unbürokratisch sowohl die Kräfte der Marktmacht wie der staatlichen Richtlinienkompetenz genutzt werden. Der Vorschlag basiert auf den Säulen: Verbrauchsziele, verpflichtende Kennzeichnung und technischen Vorgaben. Ziel ist die Orientierung am energieeffizientesten Produkt auf dem Markt, um ein dynamisches Kennzeichnungssystem zu erreichen. Ergänzt wird der Vorschlag mit verständlicher Kundenaufklärung und Information in der Kaufsituation, (am Point-of-Sale) (www.greenpeace.de/toprunner).

In der Diskussion wurden Innovationspotenziale und Schwachstellen des vorgestellten Ansatzes reflektiert und der Zusammenhang zwischen unterschiedlichen Energiekennzeichnungssysteme und deren Innovationswirkung diskutiert. Grundsätzlich fand die Idee einer Dynamisierung von Kennzeichnungssystemen breite Zustimmung. Konkret erörtert wurde jedoch, ob der Top-Runner Ansatz Innovationen befördert oder eher behindert (Plasmabild-

schirm vs. LCD Bildschirm). Wichtig scheinen hier eine sorgfältige Marktsegmentierung sowie eine differenzierte Betrachtungsweise, z. B. im Hinblick auf Branchenkontexte und Produktgruppen. Grundsätzlich ist es jedoch erforderlich, dass Bemühungen um mehr Energieeffizienz ein innovationsfreundliches Klima erhalten oder schaffen müssen.

Offen diskutiert wurde ebenso die Frage, ob ein Dynamisierungselement z.B. in das bestehende EU Label (Energieeffizienz kennzeichnungssystem) integriert werden kann oder ob es eines neuen und anschaulicheren Instrumentes bedarf. Es wurde deutlich, dass das bestehende Label nicht in erster Linie als Marketinginstrument für die Industrie geschaffen wurde, sondern als aufklärendes Instrument für den Verbraucher dient, das Problembewusstsein schärfen und Wahlfreiheit ermöglichen soll.

AG 2: EuP-Rahmenrichtlinie – Impulse für das Ökodesign

Die Diskussion konzentrierte sich vor allem auf Möglichkeiten zur Förderung von Umsetzungsmaßnahmen der Ökodesign-Richtlinie auf nationaler und europäischer Ebene sowie Kooperationsmöglichkeiten der unterschiedlichen Akteursgruppen.

Dr. Ralf Criens, Osram GmbH, eröffnete die Diskussion mit einem Impulsvortrag zum Thema „EuP-Rahmenrichtlinie – Impulse für das Ökodesign“, in dem er aus Sicht der Lampenindustrie die Potenziale der Ökodesign-Richtlinie darstellte. Der Schlüssel für Ökodesign sei die Energieeffizienz. Der größte Beitrag dazu kann während der Produktnutzung geleistet werden (bei Lampen fallen 95% des Energieverbrauchs in dieser Phase des Produktlebenszyklus an). Die Verbesserung der Energieeffizienz bei energiebetriebenen Geräten sei daher ein entscheidender Hebel zur Verbesserung der Produkte und leistet einen wichtigen Beitrag zu Klimaschutz, Ressourcenschonung und eine „wettbewerbsstarke“ Wirtschaft. Bei ihrer Umsetzung im Bereich Beleuchtung seien jedoch konkrete Durchführungsmaßnahmen erforderlich die mit Hilfe praktikabler Marktüberwachung gestützt werden müssen. Insbesondere sollten klein- und mittelständische Unternehmen bürokratisch nicht überfordert werden und Regelungen geschaffen werden, die auch Produzenten außerhalb der Europäischen Union verpflichten, um Wettbewerbsnachteile zu vermeiden. Die Ökodesign-Richtlinie setzt neue Impulse für eine europäische Energieeffizienzinitiative (Eine der Säulen der Lissabonstrategie ist Energieeffizienz). Notwendig sei jedoch ein Paradigmenwechsel, wozu die Ökodesign-Richtlinie durch Veränderung des Marktes im Kontext einer integrierten Produktpolitik einen Beitrag leisten kann.

Über den Aspekt des Energieverbrauchs hinaus ist beim Ökodesign die breite Palette möglicher Umweltauswirkungen und damit alle Lebenszyklusphasen eines Produktes zu betrachten. Hinsichtlich der konkreten Umsetzung der Ökodesign-Richtlinie wurde das breite Handlungsfeld von Durchführungsmaßnahmen bis hin zu Selbstregulierungsmaßnahmen der Wirtschaft aufgezeigt. Welche der Optionen letztlich zur Anwendung kommt, hängt maßgeblich vom Grad der bereits erreichten Effizienz niveaus und vom Grad der Marktdominanz ab. Eine Selbstregulierung wurde mit dem Wissensvorsprung der Wirtschaft begründet. Als innovatives Beispiel wurde der „Energie-Effizienzwettbewerb“-Ansatz des Umweltbundesamtes hervorgehoben. Die Problematik der Marktüberwachung und Sanktionierung tritt insbesondere in einer globalisierten Welt für Marktanbieter außerhalb der Europäischen Union auf.

AG 3: Neue Energie für die Umweltkommunikation

In einem Impulsvortrag wurde eine Auswertung von Initiativen zum nachhaltigen Konsum sowie das Projekt „EcoTopTen“ als Beispiel für eine aktuelle Kommunikationsinitiative vorgestellt, in dessen Rahmen zu verschiedenen Konsumbereichen (z.B. Heizung, Kraftfahrzeuge, Telekommunikation) regelmäßig Produktlisten der ökologisch und sozial nachhaltigsten und gleichzeitig bezahlbaren Produkte („einfach gute Produkte“) erstellt und multimedial beworben werden.

Die Auswertung zeigt, dass es vielfältige Initiativen und erfolgreiche Beispiele effektiver Umweltkommunikation gibt (z.B. Aktion Blau für den Blauen Engel, EcoTopTen-Kampagne oder die Balance-Trendsetting-Initiative „Medialisierung der Nachhaltigkeit“), jedoch diese Initiativen und Projekte mehrheitlich nicht untereinander vernetzt seien. Insgesamt ist hier von einer starken Zersplitterung auszugehen, die eine effizientere und effektivere Umweltkommunikation bisher im Wege steht. Eine stärkere Bündelung der Aktivitäten wäre wünschenswert und notwendig, um kontraproduktive Effekte weitestgehend zu minimieren. Außerdem gilt es, dass in den Initiativen vorhandene Wissen besser als bisher für die Ausgestaltung von konkreten Kommunikationsmaßnahmen zu nutzen. Andererseits sollten aber auch die in den letzten Jahren gewonnenen Ergebnisse der Konsum-, Lebensstil- und Medienforschung genutzt werden, um zielgruppenspezifische Kommunikationsstrategien zu entwickeln. Als Erfolgsfaktoren für die Gestaltung von Umweltkommunikation können hier z.B. die Nutzung von Motivallianzen sein (z. B. Gesundheit, ökonomische Vorteile), aber auch die stärkere Berücksichtigung der lebensstilabhängigen Informationsbedürfnisse und Präferenzen durch die Wahl geeigneter Bilder, Inhalte und Medienformate. Soll Umweltkommunikation weite Teile der Öffentlichkeit erreichen, so bedarf es der Entwicklung neuer Anspracheformen.

Der erste Teil der Diskussion befasste sich mit *Restriktionen* für eine effizientere Umweltkommunikation. Dazu zählen z. B. unzureichendes Wissen über konkretes Nutzungsverhalten /Kundennutzen (nötig wären Rückkopplungsschleifen ins Produktdesign; Produkte müssen einladen zur energieeffizienten Nutzung); die zunehmende Dynamisierung der globalen Märkte im Hinblick auf immer kürzere Produktlebenszyklen, die einer „trägen“ Umweltkommunikation entgegen stehen; zunehmend schwer zu identifizierende und ansprechbare, sich schnell wandelnde „Patchwork-Konsumenten“; der globale Wettbewerb und eine extreme Zweiteilung des Marktes in „Design und Discount“; die mangelnde Unterstützung des Instruments Umweltkommunikation in der Politik; unklare Zuständigkeit für das Thema Nachhaltige Entwicklung zwischen den Ressorts; Handel und Handwerk als mächtige und noch zu wenig involvierte „Gatekeeper“.

Der zweite Teil der Diskussion befasste sich mit *Strategien* zu einer effizienteren Umweltkommunikation. Auf Produktebene gilt es, einfache Produkte, die persönliche Lebensqualität vermitteln, anzubieten. Dabei soll der Vorteil der Energieeffizienz „mitgenommen“ werden (Energieeffizienz im „Huckepack“-Verfahren mit Qualitätsanmutung und Einsparpotenzialen). Gefordert wurde eine „konzertierte Aktion“ der Akteure und stärkere Vernetzung der Kampagnen und Initiativen über die Akteursketten hinweg (auch z.B. Medienpartnerschaften) mit dem Ziel, eine „positive Grundstimmung“ bei Konsumenten und Unternehmen zu erzeugen. Beides, herstellereitige Effizienzoptimierung im Produktdesign (z.B. Standby für essentielle Funktionen) *und* die Energieeffizienzkommunikation für Endkonsumenten (sowohl Wissens- als auch emotionalisierte Lifestyle-Kommunikation) ist

wichtig. Im Hinblick auf die produktbezogene Umweltkennzeichnung sollte gelten: Labels und Symbole sollten reduziert werden, langfristig angelegt und staatlich unterstützt sein. Des Weiteren sollte die öffentliche Beschaffung den Unternehmen und den Endkonsumenten mit gutem Beispiel voran gehen, umweltgerechte Produktalternativen stärker als bisher nachzufragen, und darüber auch kommunizieren.

Podiumsdiskussion

Die abschließende Podiumsdiskussion befasste sich zunächst mit Chancen und Hindernissen auf der Produktionsseite. Hierbei wurde der Innovationsschub betont, den die Ökodesign-Richtlinie für die europäische Rechtssetzung bedeutet.

Aus Sicht der Unternehmen bietet die Ökodesign-Richtlinie viele Chancen. Die Industrie hat zahlreiche Produkte, die über dieses Instrument gefördert werden könnten und sollten. Wichtig für die Unternehmen ist, den damit verbundenen Aufwand und die bürokratischen Hürden zu reduzieren. Unternehmen unterliegen im Marketing ihrer energieeffizienten Produkte Restriktionen, da Unternehmen neben energieeffizienten Premiumprodukten auch weniger effiziente Produkte für den Massenmarkt herstellen und verkaufen.

Die Ökodesign-Richtlinie darf jedoch nicht wettbewerbsverzerrend wirken und die Position der Klein- und Mittelständischen Unternehmen nicht gefährden. Daher ist eine Einbindung aller Akteure in die Umsetzung der Ökodesign-Richtlinie erforderlich. Neben der Erarbeitung von Durchführungsmaßnahmen ist auch die Verbraucherinformation und -beratung u.a. durch Kampagnen wichtig.

In der Plenardiskussion ergab sich allerdings eine durchaus kritische Beurteilung der bisher durchgeführten, und zumeist isolierten Kampagnen, die häufig wenig effizient gewesen seien. Insgesamt wurde ein ausgewogener „Policy-Mix“ aus Ordnungsrecht, Öffentlichkeitsarbeit/Kampagnen und freiwilligen Selbstverpflichtungen als beste Strategie erachtet.

Aus verbraucherpolitischer Sicht wurde betont, dass Verbraucher die aktuell hohen Energiepreise nicht auf Dauer zu zahlen bereit sind. Klare und verständliche Kennzeichnung, Beratung am Point of Sale sowie Auszeichnung der effizientesten Geräte am Markt und ein Marktban für Energieverschwender (wie in der Ökodesign-Richtlinie vorgesehen) seien der richtige Ansatz. Kampagnen alleine für sich genommen sind häufig nicht erfolgreich, gerade bei der Energieeffizienz sei das Ordnungsrecht wichtig, um Standards (durch) zu setzen. Außerdem übersehen Unternehmen die ökonomischen Potentiale angesichts steigender Energiepreise (Beispiel: Erfolg der Holzpellettheizung).

Schwierig ist jedoch die Durchsetzung einer Energieeffizienzrevolution am Markt. Denn: Das Konzept „Faktor 4“ wird in der Wirtschaft noch nicht als zentrales Innovationskonzept betrachtet. Daher sei es wichtig, dass weiterhin Fakten geliefert werden und Erfolgsfälle dokumentiert und kommuniziert werden. Es gehe darum, eine positive Grundstimmung in der Gesellschaft für diese Innovationen zu schaffen und zu zeigen, dass es ein vom Energieverbrauch entkoppeltes Wirtschaftswachstum geben kann und gegeben hat. Wichtig ist die Evaluierung am Markt, um zu definieren, welches Steuerungsinstrument tatsächlich zu einer höheren Energieeffizienz beiträgt.

Problematisch ist aus Sicht der Elektroindustrie die Geschwindigkeit des globalen Wettbewerbs, aber z.B. auch die Rolle des Beschaffers bzw. des Einkäufers, der nicht zwangsläufig der Produktnutzer ist (z.B. bei Straßenlampen), was zu unterschiedlichen Entscheidungsrationitäten und Interessen führt. Zudem wurde hervorgehoben, dass das EU-Recht zu übermäßigen bürokratischen Belastungen der Unternehmen führt, wobei insbesondere viele Verordnungen mit Produktbezug sich teilweise überlappen.

Der zweite Teil der Diskussion befasste sich mit den Chancen und Restriktionen auf der Nachfrageseite.

Aus Sicht der Unternehmen wurde darauf hingewiesen, dass einkommensschwache Konsumenten in erster Linie billige Produkte kaufen und langfristige Energie- und Kosteneinsparungen während des Betriebs von Produkten die Kaufentscheidung dieser Kundengruppe nicht beeinflussen. Notwendig sei daher die Verbesserung der Kommunikation über Investitionsamortisation für Verbraucher.

Aus verbraucherpolitischer Sicht wurde auf einem „Informations-Overkill“ für Verbraucher und die gleichzeitig mäßigen Effekten von Kampagnen auf das Kaufverhalten hingewiesen. Verbraucherinformationen müssen daher kombiniert werden mit einer ergänzenden Besteuerung sowie einer individuellen Energieberatung. Besonders große Wirkungen verspricht man sich bei der Sanierung von Gebäuden. Hier bedarf es strategischer Allianzen zwischen Wohnungswirtschaft und Handwerkern.

Als erfolgreiches Beispiel einer gelungenen Motivallianz aus „Geld verdienen“ und „Klima schützen“ wurde das Bürgercontracting-Projekt „Spar und Solar“ erwähnt. Beispiele wie dieses zeigen die Bedeutung der Hervorhebung und Kommunikation positiver Erfahrungen, damit kollektive Aktionen gelingen.

Ausblick und konkrete Schritte

In den Arbeitsgruppen und Plenardiskussionen wurde eine Reihe von Ideen und konkreten Vorschlägen zur Weiterentwicklung des nationalen Dialogprozesses Nachhaltigkeit in Konsum und Produktion und insbesondere zum Themenkomplex Ökodesign und Energieeffizienz diskutiert. Diese Anregungen sollen als Follow-up dieser Fachkonferenz in den kommenden Monaten geprüft und mit den relevanten Akteuren weiter konkretisiert werden. Ein geeignetes Instrument zur Vertiefung dieser Vorschläge sind zunächst die für das Jahr 2006 geplanten Fachdialoge im Rahmen des nationalen Dialogprozesses.

„Konzertierte Aktionen“ und Akteure im Dialog

Staatliche Institutionen und wichtige Akteure wie Unternehmen, Verbraucher-, Umwelt- und Wirtschaftsverbände werden gemeinsam Vorschläge für Produktkategorien erarbeiten, zu denen gemeinsame Planspiele für die Umsetzung der Ökodesign-Richtlinie durchgeführt werden. An solchen Planspielen sollen neben den Designabteilungen der Unternehmen auch diejenigen für Marketing und PR beteiligt werden. Diese Initiative des Bundesumweltministeriums wurde seitens der Elektroindustrie begrüßt und eine aktive Mitwirkung angekündigt, wobei die Erfahrungen aus den bereits laufenden 13 Projekten zu „Implementing Measures“ auf europäischer Ebene einfließen sollten.

Produktpanels initiieren

Über die allgemeine Diskussion der potentiellen Wirkung der Ökodesign-Richtlinie hinaus wurde angeregt, die Diskussion im Nachgang zu dieser Fachkonferenz anhand konkreter Produktgruppen und im Dialog mit Produzenten, Verbrauchern und politischen Entscheidungsträgern zu führen. Die Kooperationen von Wirtschaft, Politik und Verwaltung ist in den Bereichen Marktüberwachung, Interessensvertretung in Brüssel, Informationsaustausch zur Umsetzung der Ökodesign-Richtlinie sowie Stärkung der Nachfrageseite sinnvoll und notwendig. Für mögliche Produktpanels und Dialoge mit Unternehmen und anderen Akteuren wurden die folgenden Themen vorgeschlagen: Leerlaufverluste, Kühl- und Gefriergeräte („Weiße Ware“) sowie kommunale Beleuchtung.

Innovationspotenziale abschätzen

Als konkretes Follow-up wurde verabredet, die Chancen und Restriktionen des Top-Runner Ansatzes anhand der Erfahrungen in Japan genauer zu untersuchen. Darauf basierend sollen mögliche Pilotprojekte zum Top-Runner Ansatz eruiert und dazu ein gesonderter Fachdialog initiiert werden. Im Vordergrund stehen sollten hierbei zunächst Produktgruppen, die ein hohes Effizienzpotential aufweisen. Damit soll auch ein deutscher Beitrag in der entsprechenden Diskussion auf europäischer Ebene geleistet werden. Die Nachfrage nach energie- und ökoeffizienten Produkten muss gestärkt werden, und zwar sowohl durch eine an Energieeffizienzkriterien ausgerichtete öffentliche Beschaffung als auch durch Selbstverpflichtungen der Wirtschaft.

Vom Dialogprozess zum Aktionsplan

Der nationale Dialogprozess besteht bisher aus einer Reihe thematisch unterschiedlicher Fachdialoge und Fachkonferenzen. Ein nationaler Verständigungsprozess kann und darf sich jedoch nicht auf Diskussionsforen und Pilotstudien beschränken. Eingefordert wird ein klarer Aktionsplan auf nationaler und europäischer Ebene. Zur Umsetzung des Mandats von Marrakesh wurde ein zehnjähriges Aktionsprogramm mit konkreten Zielen, Aktionen, Budgets und Überprüfungsmechanismen gefordert. Für den Energiebereich wurde ein strategisches Aktionsprogramm zur Förderung der Energieeffizienz unter Beteiligung von Großforschungseinrichtungen und Industrie angeregt, das sich z.B. an der Vision einer „2000 Watt pro Kopf Gesellschaft“ orientiert.

Dialogsteuerung verbessern

Eine verbindliche Organisationsform oder Koordinierungsstelle sowie eine klare Verankerung des Prozesses und transparente institutionelle Einbindung möglichst vieler Akteure ist notwendig, um den angestoßenen Prozess mit konkreten Vorhaben zu unterlegen und die geforderten „konzertierten Aktionen“ mit Leben zu erfüllen. Auf Zustimmung stieß der Vorschlag, dem Umweltbundesamt in der Fortführung eines solchen Dialogprozesses eine aktive Rolle einnehmen zu lassen und z. B. langfristig als Informations- und Dialogdrehscheibe im Prozess der Umsetzung der Ökodesign-Richtlinie zu dienen. Über den Rahmen des nationalen Dialogprozesses hinaus geht es aber auch um die Gesamtkoordination des Energieeffizienzprozesses. Die deutsche DENA hat deutlich weniger Ressourcen als die entsprechenden Institutionen in Großbritannien und den Niederlanden. Unternehmen haben dort dadurch

einen Vorsprung. Vorgeschlagen wurde in diesem Zusammenhang die Einrichtung einer Stiftung zum Zwecke der Bündelung, Koordination und Zielabgleich der bestehenden Initiativen.

Effizienz der Umweltkommunikation stärken

Einen hohen Stellenwert hatte in allen Diskussionen die Verbraucher- bzw. die Nachfrageseite insgesamt. Deutlich wurde eine Vielzahl von Schnittstellen zwischen den Themen Ökodesign, Energieeffizienz und Umweltkommunikation, die es zukünftig konzeptionell stärker auszubauen gilt. Der Verbesserung der Umweltkommunikation kommt bei der Realisierung von energie- und ökoeffizienten Produktinnovationen ein zentraler Stellenwert zu. Als umweltpolitische Komplementäraktivität zu anderen notwendigen Maßnahmen schafft diese doch erst die notwendige „Grundstimmung“ bei Unternehmen und Konsumenten (Stichwort: Innovationsklima), auch wenn deutlich wird, dass grundsätzlich die Verbraucher von einem Zuviel an Umweltkommunikation entlastet werden und stärker die technischen Möglichkeiten bei der Produktgestaltung ausgeschöpft werden sollten. Wichtig sei die effizientere Gestaltung der Umweltkommunikation, d.h. auch die „Umweltkommunikation braucht Energieeffizienz“. Kooperationsbildung im Bereich der Umweltkommunikation ist hierfür die geeignete Voraussetzung. Vielfach wurde auch betont, dass das Thema Energie- und Ökoeffizienz mit dem Stichwort Innovation noch enger verknüpft werden muss.

Programm

2. Fachkonferenz im Rahmen des nationalen Dialogprozesses zur Förderung nachhaltiger Konsum- und Produktionsmuster

„Ökodesign und Energieeffizienz – Potenziale für nachhaltige Konsum- und Produktionsweisen“

Veranstalter: Bundesumweltministerium (BMU)/Umweltbundesamt (UBA)

Ort: UBA, Wörlitzer Platz 1, 06844 Dessau, Konferenzsaal

Zeit: 28. Oktober 2005, 09:00 – 16:15

09:00 – 09:40

Begrüßung und Einführung

Prof. Dr. Andreas Troge,
Präsident, Umweltbundesamt

Dr. Hendrik Vygen
Abteilungsleiter, Bundesumweltministerium

Jutta Penning
Fachbereichsleiterin, Umweltbundesamt

09:40 – 10:40

Politische Ansätze

Grünbuch Energieeffizienz und EuP Rahmenrichtlinie

Dr. Stephan Kolb, Europäische Kommission, GD Transport und Energie

Ökodesign aus Sicht der Wirtschaft

Dr. Wolfgang Bloch, Vorsitzender ZVEI-Ausschuss Umweltpolitik

Konzepte und Praxisbeispiele für eine verstärkte Energieeffizienzpolitik

Prof. Dr. Peter Hennicke, Präsident, Wuppertal Institut

10:40 – 11.10

Kaffeepause

- 11:10 – 13:00 **Arbeitsgruppen**
- AG 1: Grünbuch Energieeffizienz – Bedeutung für die Produktpolitik**
Impulsvortrag: Jonas Mey, Greenpeace Deutschland e.V.
Moderation: Dr. Ulf Jaeckel, Bundesumweltministerium
- AG 2: EuP-Rahmenrichtlinie – Impulse für das Ökodesign**
Impulsvortrag: Dr. Ralf M. Criens, Osram GmbH
Moderation: Wolfgang Lohrer, Umweltbundesamt
- AG 3: Neue Energie für die Umweltkommunikation**
Impulsvortrag: Dr. Rainer Grieshammer, Öko-Institut
Moderation: Dr. Lucia Reisch, nwd-Institut
- 13.00 – 14.00 **Mittagspause**
- 14.00 – 14.30 **Berichte aus den Arbeitsgruppen**
- 14:30 – 16:00 **Podiumsdiskussion:**
Energieeffizienz bei Produkten - Chancen und Anforderungen
Moderation: Alexander Carius, Adelphi Consult
- Dr. Susanne Lottemoser, Bundesumweltministerium
Dr. Margaretha Neudecker, BMWA
Prof. Dr. Peter Hennicke, Wuppertal Institut
Dr. Holger Krawinkel, Verbraucherzentrale Bundesverband
Dr. Ferdinand Quella, Siemens AG
- 16:00 – 16:15 **Zusammenfassung und Ausblick**
Jutta Penning
Umweltbundesamt

Teilnehmerliste

2. Fachkonferenz im Rahmen des nationalen Dialogprozesses zur Förderung nachhaltiger Konsum- und Produktionsmuster, Dessau, 28.10.2005

„Ökodesign und Energieeffizienz – Potenziale für nachhaltige Konsum- und Produktionsweisen“

Titel	Vorname	Nachname	Institution	Email
	Thorben	Becker	Bund	thorben.becker@bund.net
	Frank	Becker	TU Berlin - Kubus	becker.reuse@zek.tu-berlin.de
Dr.	Wolfgang	Bloch	ZVEI - Verband	wolfgang.bloch@siemens.com
	Christiane	Böttcher-Tiedemann	UBA	christiane.boettcher@uba.de
	Hellmut	Böttner	Fujitsu Siemens Computers	hellmut.boettner@fujitsu-siemens.com
	Anna	Braune	IKP Uni Stuttgart	braune@ikp2.uni-stuttgart.de
Dr.	Ralf	Brüning	Dr. Brüning Engineering	drb@dr-bruening.de
	Peter	Blickwedel	BMU	Peter.blickwedel@bmu.bund.de
	Alexander	Carius	Adelphi Consult	carius@adelphi-consult.com
Dr.	Ralf M.	Criens	OSRAM GmbH	r.criens@osram.de
	Markus	Duscha	ifeu - Institut für Energie- und Umweltforschung Heidelberg	markus.duscha@ifeu.de
	Stefan	Ebelt	EDV&Unternehmensberatung	info@Ebelt-Beratung.de
	Natalie	Eckelt	BUND e.V.	natalie.eckelt@bund.net
	Christoph	Erdmenger	Umweltbundesamt	christoph.erdmenger@uba.de
Dr.	Birgit	Grahl	Ökopol - Institut für Ökologie und Politik GmbH	integrahl@t-online.de
Dr.	Rainer	Griesshammer	Öko-Institut	r.griesshammer@oeko.de
	Reiner	Hager	DIN Deutsches Institut für Normung e.V.	reiner.hager@din.de
	Marion	Hasper	UmTech GmbH	marion.hasper@umtech.com
Prof.	Peter	Hennicke	Wuppertal Institut	peter.hennicke@wupperinst.org
	Kai	Hillebrecht	Gesellschaft für Stoffstrom- und Abfallmanagement	k.hillebrecht@gam-online.com
Dr.	Ulf	Jaeckel	BMU	Ulf.Jaeckel@bmu.bund.de
	Dirk	Jepsen	Ökopol - Institut für Ökologie und Politik GmbH	jepsen@oekopol.de
	Arne	Jungjohann	Bündnis 90/Die Grünen	reinhard.loske.ma02@bundestag.de
	Reinhard	Kaiser	BMU	reinhard.kaiser@bmu.bund.de
	Kerstin	Kallmann	Berliner Energieagentur GmbH	kallmann@berliner-e-agentur.de
Dr.	Günther	Kehlenbeck	Selbständiger Berater	gkehlenbeck@t-online.de
	Bernhard	Klee	ZVEI - Verband	kleee@zvei.org
Dr.	Herbert	Klemisch	Klaus Novy Institut	herbert.klemisch@kni.de
Dr.	Stephan	Kolb	Europäische Kommission	Stephan.KOLB@cec.eu.int
	Matthias	Koller	UBA	matthias.koller@uba.de
Dr.	Norbert	Kopytziok	Ecologic gGmbH	info@kopytziok.de
	Peter	Krapp	ZVEI, Frankfurt	krapp@zvei.org
Dr.	Holger	Krawinkel	Verbraucherzentrale Bundesverband	bielak@vzbv.de

	Horst	Kreis	AEG Hausgeräte GmbH	horst.kreis@electrolux.de
	Eva	Leonhardt	Deutsche Umwelthilfe	leonhardt@duh.de
	Wolfgang	Lohrer	UBA	
	Sylvia	Lorek	Sustainable Europe Research Institute (SERI)	sylvia.lorek@seri.de
Dr.	Susanne	Lottermoser	BMU	
	Christian	Löwe	UBA	christian.loewe@uba.de
	Hans-Gerd	Marian	NaturFreunde Deutschlands	marian@naturfreunde.de
Dr.	Klaus	Melzer		Kmelzer@gmx.de
Prof.	Marieluise	Melzer	Universität Leipzig	melzer@fakerz.uni-leipzig.de
	Peter	Menke- Glückert	BVMW	euregiomg@aol.com
	Jonas	Mey	Greenpeace Deutschland e.V.	jonas.mey@greenpeace.de
Dr.	Mario	Müller	Philips Consumer Electronics UB	mario.mueller@philips.com
	Stefanie	Münch	Waschbär Der Umweltversand	muench@waschbaer.de
	Doris	Mutschler	Five Winds Europe GmbH	d.mutschler@fivewinds.com
Dr.	Margaretha	Neudecker	BMW	margaretha.neudecker@bmwa.bund.de
Dr.	Thomas	Nittka	tricom GmbH, ReUse-Computer e.V.	Nittka@tricom-edv.de
	Jutta	Penning	UBA	
Dr.	Hartmut	Poschmann	Fachverband Elektronik-Design e.V.	h.poschmann@fed.de
Dr.	Ferdinand	Quella	Siemens AG	ferdinand.quella@siemens.com
	Ingo	Rauhut	Westdeutscher Handwerkskammertag e.V.	ingo.rauhut@handwerk-nrw.de
Dr.	Lucia	Reisch	nwd-Institut	lureisch@uni-hohenheim.de
	Detlef	Reuter	IHK Erfurt	reuter@erfurt.ihk.de
	Ina	Rüdenauer	Öko-Institut e.V.	i.ruedenauer@oeko.de
Dr.	Barbara	Schieferstein	BIA, Bremer Investitions- Gesellschaft mbH	schieferstein@bia-bremen.de
	Stephanie	Schilling	Ökopol - Institut für Ökologie und Politik GmbH	schilling@oekopol.de
	Kai	Schlegelmilch	BMU	Kai.Schlegelmilch@bmu.bund.de
	Ralf	Schmidt- Pleschka	Die Verbraucher Initiative e.V.	ralf.schmidt@verbraucher.org
	Martin	Schulze	RKW Bremen GmbH Beratungs- stelle zur Ökologischen Effizienz	schulze@rkw-bremen.de
	Bernhard	Schwager	Robert Bosch GmbH, Abt. C/PS	bernhard.schwager@de.bosch.com
Dr.	Johannes	Spruth	Verbraucherzentrale NRW/ Energieberatung Arnberg	arnsberg.energie@vz-nrw.de
	Christoph	Steinhauer	LAG Westhavelland	ch.steinhauer@lag-westhavelland.de
Dr.	Immanuel	Stieß	Institut für sozial-ökologische Forschung	stiess@isoe.de
	Anke	Strangfeld	Toshiba Europe GmbH	anke.strangfeld@toshiba-teg.com
Dr.	Mario	Tobias	Bundesverband Informations- wirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V.	m.tobias@bitkom.org
Prof.	Andreas	Troge	UBA	
	Franz-Josef	von Kempis	BDI Bundesverband der Deutschen Industrie e.V.	v.Kempis@bdi-online.de
Dr.	Hendrik	Vygen	BMU	
	Matthias	Wabbels	tricom GmbH	Wabbels@tricom-edv.de
	Dietmar	Weirich	Landesamt für Umweltschutz Sachsen-Anhalt	weirich@lau.mlu.lsa-net.de
	Hans-Dieter	Welpotte	Miele Cie. KG	
Dr.	Cornelia	Ziehm	Deutsche Umwelthilfe	ziehm@duh.de