

Die „Initiative Nachhaltig Handeln.“ – Klimafreundlich einkaufen.

Ziele, Maßnahmen, Ergebnisse



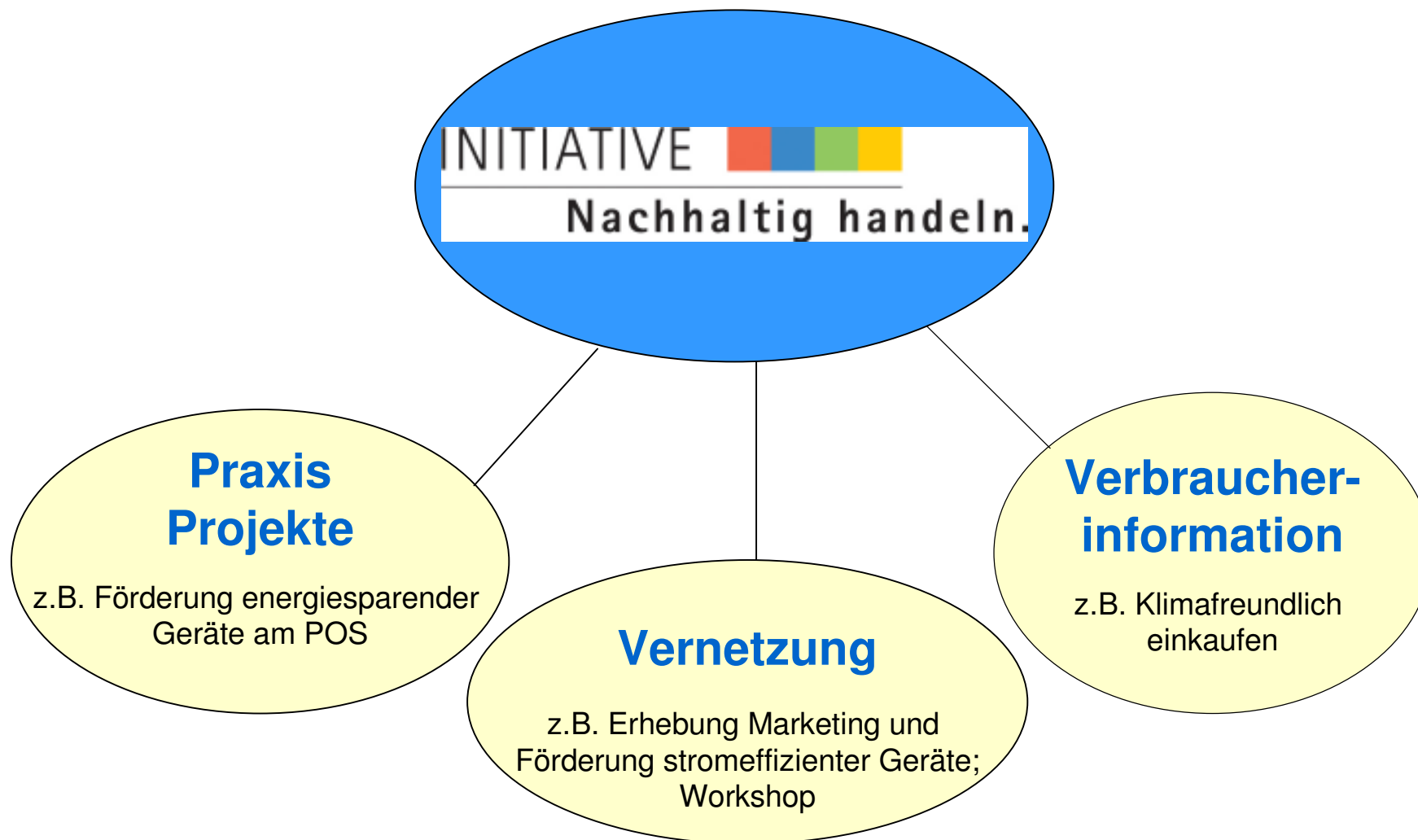
Stefanie Schmidl

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V.

INITIATIVE 

Nachhaltig handeln.

- ➔ **Kooperationsprojekt der VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. mit BMU und UBA**
- ➔ **Ziel: Mehr Marktchancen für nachhaltige Produkte aus dem Non-Food Bereich**
- ➔ **Zielgruppen: Bewusste Verbraucher und engagierte Handelsunternehmen**
- ➔ **Praxisorientierte Maßnahmen zur Förderung nachhaltiger Produkte**



► Handelsbefragung im Non-Food-Bereich

„Nachhaltige Produkte in der Unternehmenskommunikation“, Oktober 2006



► Akteursworkshop in Berlin

„Initiative zeigen – nachhaltig handeln!“, Februar 2007





Handelsbefragung im Non-Food-Bereich: „Nachhaltige Produkte in der Unternehmenskommunikation“

- ▶ 57 marktrelevante Handelsunternehmen aus den Branchen Bauen, Wohnen, Textilien, Bekleidung sowie Drogerien angeschrieben
- ▶ Rücklaufquote: 40,4 %
- ▶ 96% haben nachhaltige Produkte im Angebot; verschiedene Produktgruppen
- ▶ 86 % fördern nachhaltige Produkte mit Marketingmaßnahmen, im Mittel „eher gute“ Erfahrungen
- ▶ zukünftige Bedeutung der Marketingmaßnahmen als „wichtiger“ eingeschätzt
- ▶ Handlungsfelder: 1. stärkeres Umweltbewusstsein Verbraucher, 2. stärkere Vernetzung Akteure, 3. Vergrößerung Produktangebot ...

Fazit Handelsbefragung

- ▶ Handel richtet sich darauf ein, dass umweltfreundlich und sozialverträglich erzeugte Produkte auch außerhalb des Lebensmittelbereichs künftig an Bedeutung gewinnen werden
- ▶ zunehmende Bereitschaft des Einzelhandels, die Förderung nachhaltiger Produkte zu intensivieren



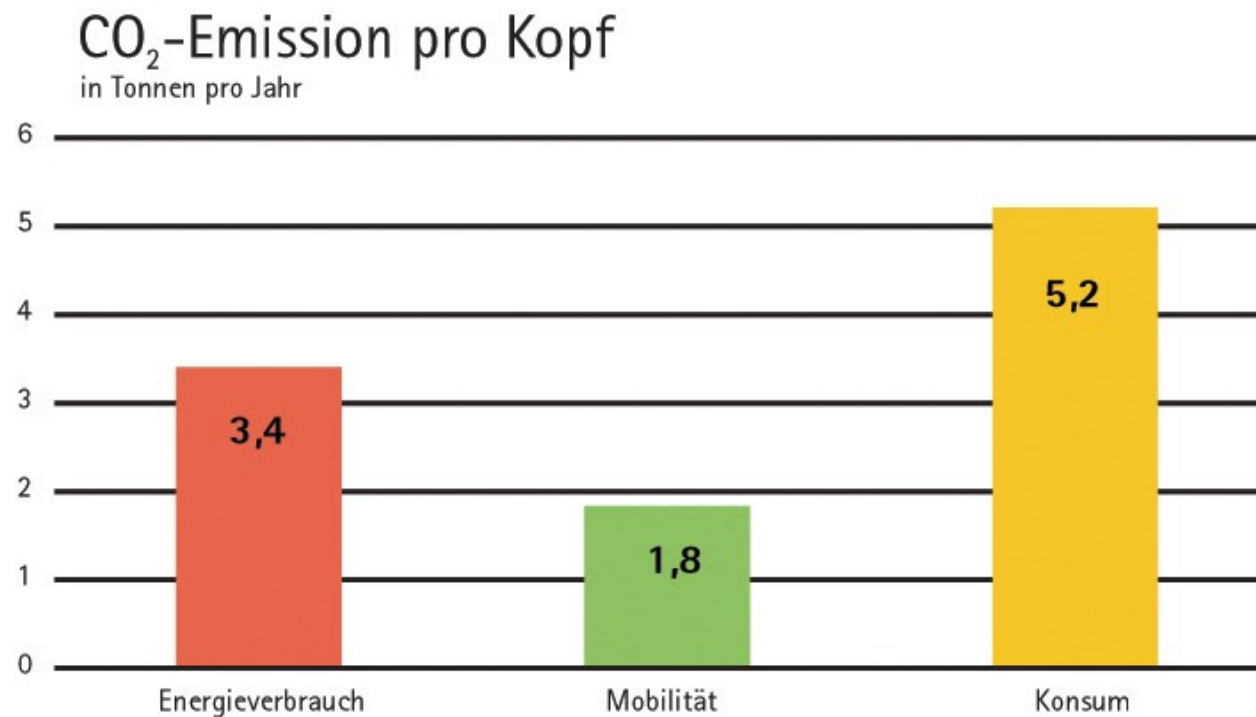
**Vielfältige Aktionen und wachsendes Engagement
für nachhaltige Produkte im Handel**



„Initiative zeigen – nachhaltig handeln“

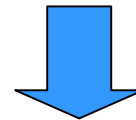
- ▶ Kommunikation des individuellen Mehrwerts nachhaltiger Produkte wird bedeutender
- ▶ Nachhaltigkeitskommunikation der Unternehmen setzt verstärkt auf emotionale Ansprache und die Erhöhung der Attraktivität nachhaltiger Produkte durch klassische Werbung; weniger Information
- ▶ Label verlieren im Handel an Bedeutung in der Nachhaltigkeitskommunikation
- ▶ neues Thema: Klimaschutz als Handlungsfeld der Unternehmenskommunikation ▶ CO2-Bilanz von Produkten

► CO₂ - Emission in Deutschland



Schlussfolgerungen aus den Ergebnissen der Handelsbefragung und dem Akteursworkshop:

Neues Thema Klimaschutz erfordert neue Formen und Inhalte der Verbraucherkommunikation



Fokus der Initiative Nachhaltig handeln.:

Klimafreundlich Einkaufen

- ▶ Informationsangebote zur Klimarelevanz von Produkten und Dienstleistungen
- ▶ Engagement von Unternehmen im Klimaschutz transparent machen
- ▶ Kooperation mit Trendsettern



Klimafreundlich einkaufen ist ...

► ... umweltschonend

Ob Recyclingprodukte, Mehrwegflasche oder Holzprodukte – umweltfreundliche Produkte entlasten das Klima.

► ... energiesparend

Stromfresser beim Einkauf auszusortieren, spart jede Menge CO₂ und Geld.

► ... klimaverträglich

„Klimaneutrale“ Produkte sind mehr als Ablasshandel. Wer sie kauft, kann seine Klimabilanz verbessern.



„Klimafreundlich einkaufen“

Handlungsoptionen für Verbraucher

- ▶ Produkte bevorzugen, die wenig Energie verbrauchen
- ▶ Produkte bevorzugen, die mit wenig Energie hergestellt und vermarktet werden
- ▶ Kompensationsangebote wahrnehmen (z. B. „atmosfair“)
- ▶ bei Unternehmen kaufen, die ihre Klimagasemission vermindern bzw. kompensieren

Erkennungszeichen

- ▶ Herkunftsangabe
- ▶ Energielabel/Verbrauchsangaben
- ▶ Umweltzeichen (Produktion, Nutzung, Entsorgung)
- ▶ Klimaengagement von Unternehmen

► Ev. Kirchentag in Köln (07.- 09.Juni 2007)



► Materialien Kirchentag

Verbraucherbroschüre



Einkaufs-
führer



Flyer



Messestellwand



Poster



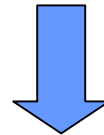
Akteursworkshop „KonsumKlimaWandel?“

Broschüren-Versand an Kommunen, Lokale Agenda 21-Gruppen, Verbraucherberatungsstellen



- ▶ Versand bundesweit:
55.000 Broschüren (inkl. 2 Nachdrucke)
- ▶ deutschlandweit über 250 Orte
- ▶ Bestellungen aus allen Bundesländern
- ▶ Städte, Universitäten, Verbraucherberatungen, Gemeinden, lokale Agenda-Gruppen, Schulen...
- ▶ für Messen, Agenda-Feste, Weltkindertag, Seminare, Konferenzen, Tag der offenen Tür, Umweltmärkte ...

Kommunen als Akteure zur Förderung nachhaltiger Lebensstile



- ▶ Multiplikatoren vor Ort
- ▶ Hohe Glaubwürdigkeit
- ▶ Lokaler Bezug
- ▶ Vielfalt der Akteure
- ▶ Persönliche Ansprache

► Online-Ratgeber für Verbraucher „Klimafreundlich einkaufen“ inkl. CO2-Rechner

The screenshot shows the homepage of the 'Initiative Nachhaltig handeln.' website. The header includes the logo 'Bundesverband Die Verbraucher Initiative e.V.' and the title 'INITIATIVE Nachhaltig handeln.' with a search bar and links for 'Suchen', 'ok', 'Sitemap', and 'Impressum'. The date '8. Oktober 2007' is displayed. A sidebar on the left contains a menu with links: 'Startseite', 'Aktuelles', 'Zum Thema', 'Die Initiative', 'Nachhaltige Produkte', 'Partner', 'Links', and 'Kontakt'. The main content area features a large image of a person holding a shopping bag, followed by a welcome message: 'Willkommen bei der Initiative Nachhaltig handeln. Die Initiative Nachhaltig handeln. möchte bewusste Verbraucher und engagierte Handelsunternehmen zusammenbringen, um nachhaltigen Produkten mehr Marktchancen zu verschaffen. Im Zentrum stehen die Bereiche Haushalt und Wohnen sowie Textilien und Bekleidung. Lesen Sie hier mehr über unsere Ziele und Aktivitäten und nutzen Sie den Terminkalender zum nachhaltigen Handeln.' To the right of the main content is a red-bordered box titled 'Klimafreundlich einkaufen' containing links: 'Bewusst einkaufen – Klima schützen!', 'Klimafalle Konsum', 'Klimaneutral - gibt es das?', 'CO2-Rechner', 'Verbrauchertipps', 'Label', and 'Materialien'. Below this box is a calculator icon with the text 'CO2-Rechner'.

Klimafreundlich einkaufen

CO2-Rechner

Klimafreundlich einkaufen



**Bewusst einkaufen –
Klima schützen!**

Klimafalle Konsum

**Klimaneutral - gibt es
das?**

CO₂-Rechner

Verbrauchertipps

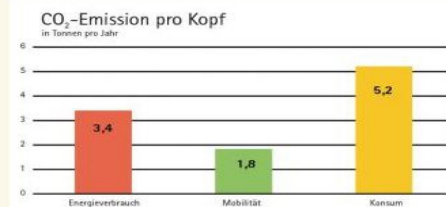
Label

Materialien



Klimafalle Konsum

Rechnerisch setzt jeder Einwohner Deutschlands pro Jahr 10,4 Tonnen des Klimagases Kohlendioxid frei. Der Verbrauch an Wärme und Strom, Flugreisen und die Benutzung des PKW's sind die bekannten Quellen des Klimagases. Weniger bewusst sind die durch Herstellung und Transport von Konsumgütern und Dienstleistungen verursachten Kohlendioxid-Emissionen. Dabei machen sie über die Hälfte der persönlichen Kohlendioxid-Bilanz aus.



Der eigene Lebensstil schlägt sich deutlich in der Klimabilanz nie beim Genuss frischer Erdbeeren aus Mexiko oder der Anschaffung Kaffeeautomaten oder Plasma-Fernseher – bei Herstellung, Tra

Kennzeichen im Überblick:

Der Blaue Engel

Der Blaue Engel wird für umweltfreundliche, energieeffiziente und emissionsarme Produkte vergeben.

Produkte: Papier, Farben, Lacke, Computer, Drucker, Multifunktionsgeräte etc.



Euroblume

Das EU-Umweltzeichen kennzeichnet umweltfreundliche und langlebige Produkte.

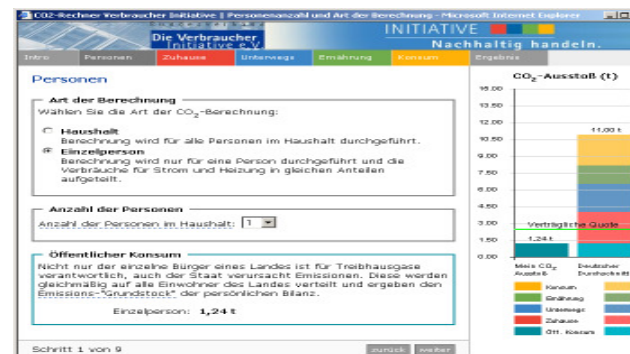
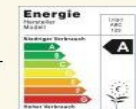
Produkte: Textilien, Schuhe, Energiesparlampen, Matratzen, Leuchten, Wandfarben, Lacke, Papier sowie Haushalts- und Elektrogeräte



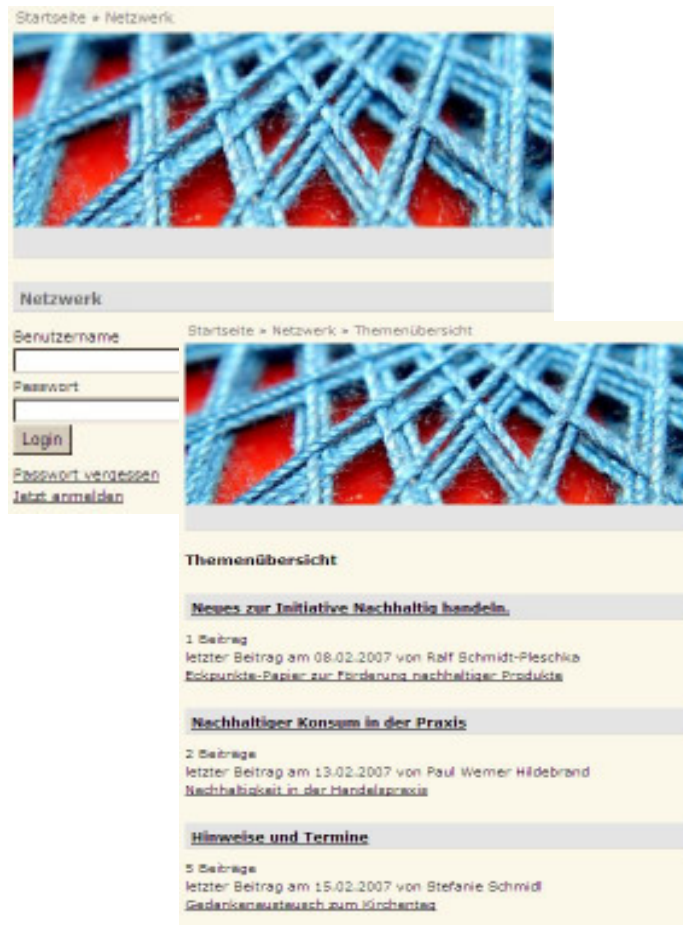
HAUSHALTSGERÄTE

EU-Energieetikett

Das EU-Energieetikett teilt Haushaltsgeräte von A (sparsam) bis G (verschwenderisch) ein. Die Einteilung ist teilweise überaltert und mitunter von der Gerätetechnik überholt. Bei Kühl- und Gefriergeräten besser auf A+ und A++ achten.



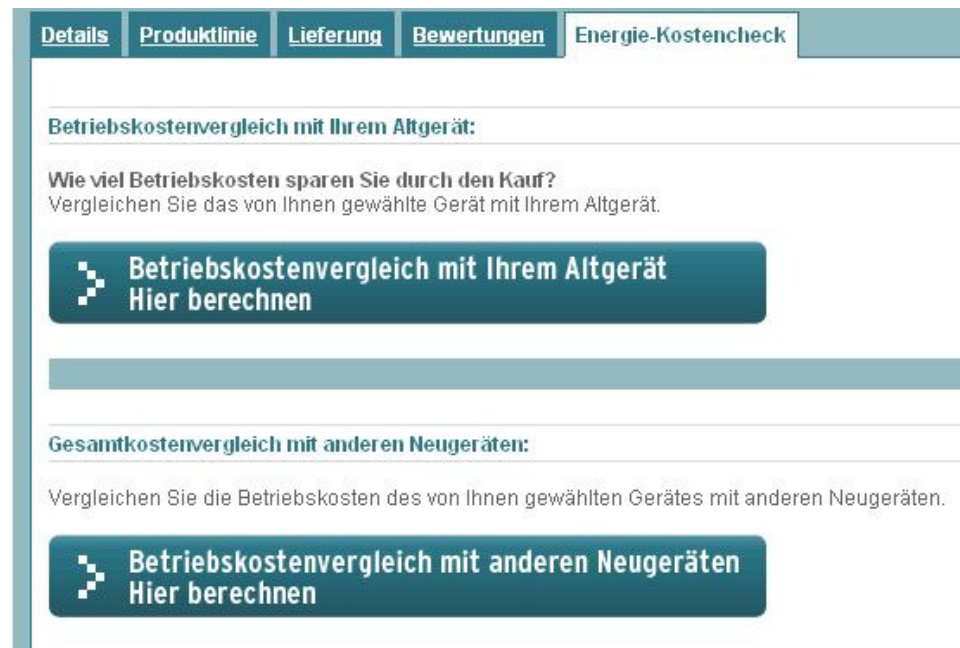
► Online-Netzwerk für Akteure



Akteursworkshop „KonsumKlimaWandel?“

„Klimafreundlich einkaufen“ bei Quelle.de

- ▶ Ziel: klimaschonende Produkte durch verbrauchergerechte Informationsangebote im Online-Shop von Quelle besonders hervorheben und so deren Bekanntheit und Verkauf fördern
- ▶ Entwicklung von zwei Tools für den Online-Shop (POS)



▶ Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

**u.a. Artikel in
Mitgliederzeitschriften
der Verbraucher Initiative**



Kalender

[illegible]

Klimafreundlich einkaufen!

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. rät: Helfen Sie dem Klima, oft sparen Sie damit auch Geld!

- Bevorzugen Sie umweltchonende Produkte.
- Nutzen Sie Mehrwegflaschen und Recyclingpapier.
- Vermeiden Sie unnötige Verpackungen.
- Kaufen Sie energieparende Haushaltsgeräte.
- Steigen Sie auf Erneuerbare Energien um. Öko-Stromanbieter finden Sie unter www.grueaerstromlabel.de
- Erwerben Sie saisonale, regionale und biologische Lebensmittel.
- Essen Sie wenig Fleisch und wenig Tiefkühlkost.
- Bevorzugen Sie Öko-Textilien.
- Achten Sie auf „klimaneutrale“ Produkte. Das Siegel „Stop Climate Change“ weist auf eine ausgeglichene Klimabilanz bei Herstellung, Lagerung und Transport hin.

Unter www.nachhaltige-produkte.de finden Sie praktische Tipps zum nachhaltigen Einkauf und einen CO₂-Rechner, mit dem Sie Ihre persönliche Klima-Bilanz berechnen können!

INITIATIVE 
Nachhaltig handeln.

Presse- mitteilungen



Akteursworkshop „KonsumKlimaWandel?“

INITIATIVE Nachhaltig handeln.

- ▶ Die „Initiative Nachhaltig handeln.“ wird mit wechselnden Schwerpunkten weitergeführt.
- ▶ aktuelles Thema Energieeffizienz
- ▶ „Förderung stromeffizienter Geräte am POS“ wird in den bestehenden Rahmen integriert



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Stefanie Schmidl

Umweltreferentin
Die Verbraucher Initiative e. V.

Elsenstraße 106, 12435 Berlin
Tel. 030/536073-54, Fax. 030/536073-45
E-Mail: stefanie.schmidl@verbraucher.org

www.nachhaltige-produkte.de



Fotos teilweise von www.pixelquelle.de
und www.photocase.de

Nachhaltige Produkte

1

Verfügen im Vergleich zu gebrauchsgleichen Produkten über eine besondere ökologische und/oder soziale Qualität (z.B. keine Schadstoffe, keine Kinderarbeit).

2

Machen dies durch das Tragen eines Siegels für Verbraucherinnen und Verbraucher erkennbar (z.B. Blauer Engel, FSC-Siegel).

3

Sind in der Datenbank www.label-online.de als Umwelt- und/oder Sozialsiegel aufgenommen und entsprechend der dort verwendeten Bewertungsmatrix "empfehlenswert".