

Für Mensch & Umwelt

B.A.U.M. Jahrestagung

Nachhaltiger Konsum: Dilemma oder zukunftsfähige Lebensstile?

Lisa Kossolobow

Fachgebiet III 1.1 - Übergreifende Aspekte des produktbezogenen Umweltschutzes,
nachhaltige Konsumstrukturen, Innovationsprogramm

Herausforderungen

Ausgesuchte Ergebnisse aus der Forschung:

- Mehr klimabewusster Konsum
- Nachhaltigkeitsbewusstsein bei jungen Menschen
- Einkommen zentraler Treiber für Ressourcenverbrauch
- Lebensdauer Haushaltsgroßgeräte nimmt ab
- Elektrogeräte werden oft frühzeitig ausgetauscht
- Grüne Produkte vielfach noch in der Nische



Forschungsergebnisse

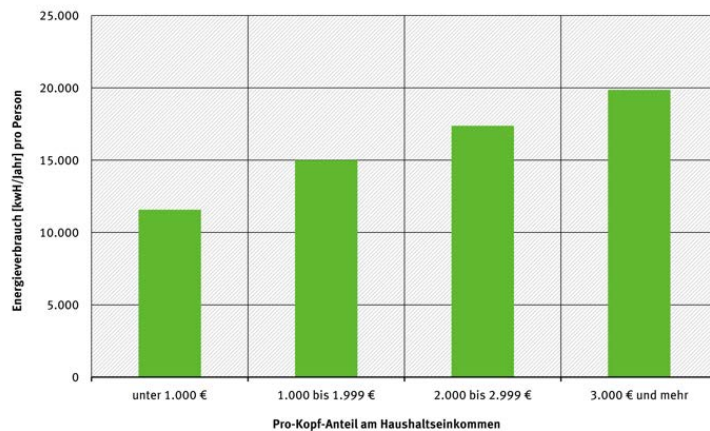
Zufriedenheit mit der Lebensdauer von Elektrogeräten*



* Fernseher, Waschmaschinen, Notebooks, Handmixer und Wasserkocher
Quelle: Umweltbundesamt 2016 nach Internet-Verbraucherbefragung der Universität Bonn

Gesamtenergieverbrauch pro Kopf nach Einkommen

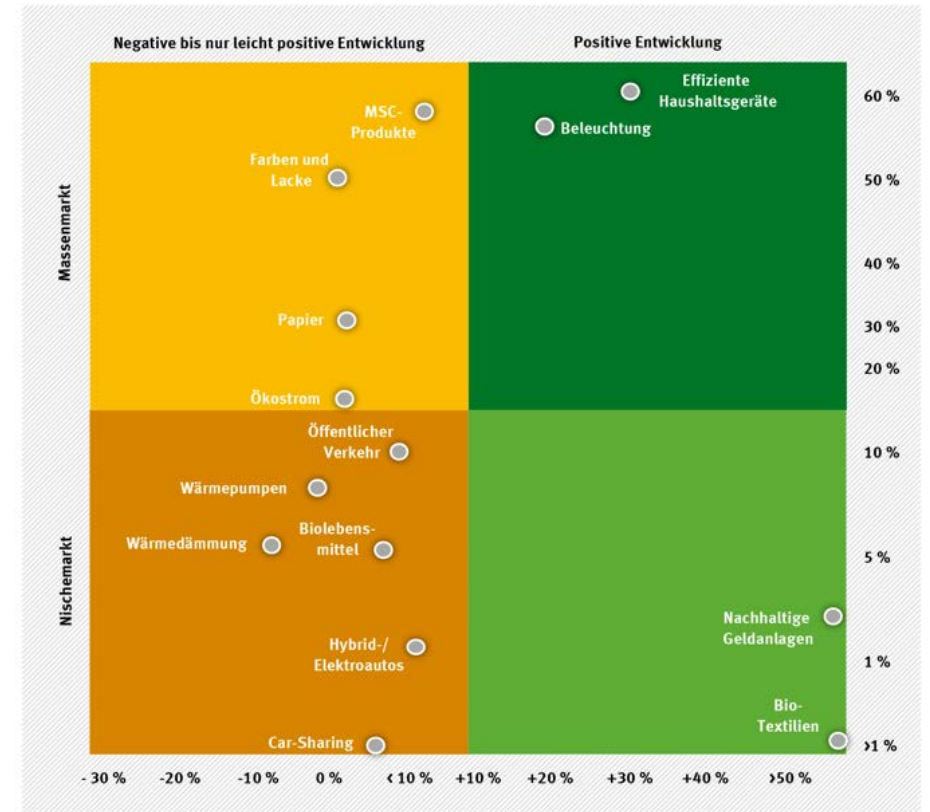
"Wer mehr verdient, lebt meist umweltschädlicher"



Quelle: Umweltbundesamt



Marktdurchdringung- und -dynamik ausgewählter „grüner“ Produkte



Erläuterungen zu den Quadranten:

- ▶ Nischenmarkt und negative bis nur leicht positive Entwicklung (orange): Marktanteil 2012: < 15 %, Umsatzentwicklung zwischen 2011 und 2012: < 10 %
- ▶ Massenmarkt und negative bis nur leicht positive Entwicklung (gelb): Marktanteil 2012: > 15 %, Umsatzentwicklung zwischen 2011 und 2012: < 10 %
- ▶ Nischenmarkt und positive Entwicklung (hellgrün): Marktanteil 2012: < 15 %, Umsatzentwicklung zwischen 2011 und 2012: > 10 %
- ▶ Massenmarkt und positive Entwicklung (grün): Marktanteil 2012: > 15 %, Umsatzentwicklung zwischen 2011 und 2012: > 10 %

Quelle: Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) 2016, Marktdaten Nachhaltigen Konsums

Ansatzpunkte UBA

- Verbraucherportal
- Förderung ökologischer Produktgestaltung
- Förderung sozialer Innovationen für nachhaltigen Konsum
- Monitoring nachhaltiger Konsum/ Marktdaten
- Forschung und Entwicklung
- Politikberatung



Nationales Programm nachhaltiger Konsum

Bereich	Handlungsansätze
Gesellschaftliche Diskussion	Reflexion zu Lebensstilen und deren Veränderungsmöglichkeiten
Bildung	Wissen über ökologische, ökonomische und soziale Wirkungen des Verbraucherverhaltens, Kompetenzentwicklung
Verbraucherinformation	Praxisbezug von Informationen, Stärkung glaubwürdiger/ ambitionierter Umwelt- und Sozialzeichen
Ökodesign	Stärkere Beachtung von lebenszyklusbasierten Prinzipien und Praktiken beim umweltgerechten Produktdesign
Nachhaltige öffentliche Beschaffung	Vorbildfunktion der öffentlichen Hand
Forschung	Wirkungen des Konsum- und Verbraucherverhaltens, Entwicklung von Lösungsansätzen
Soziale Innovationen	Potenzial systematisch erfassen, nutzen und besser ausschöpfen
Monitoring	Indikatoren/ Benchmarks zu Wirkungen des Konsums, Messbarkeit von Änderungen im Konsumverhalten

Kompetenzzentrum nachhaltiger Konsum beim Umweltbundesamt



Zentrale Anlaufstelle für die Umsetzung des nationalen Programms

www.k-n-k.de

AUFGABEN

- Organisatorische und inhaltliche Unterstützung der Umsetzung
 - Informationsdienstleistungen für nachhaltigen Konsum
- Koordinierung der fachwissenschaftlichen Dienstleistungen in Abstimmung mit den jeweils zuständigen Ressorts
 - Etablierung **Nationales Netzwerk Nachhaltiger Konsum**
www.k-n-k.de/nationales-netzwerk-nachhaltiger-konsum

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Lisa Kossolobow

Lisa.kossolobow [at] uba.de

www.uba.de

www.bundespreis-ecodesign.de

www.ecodesignkit.de