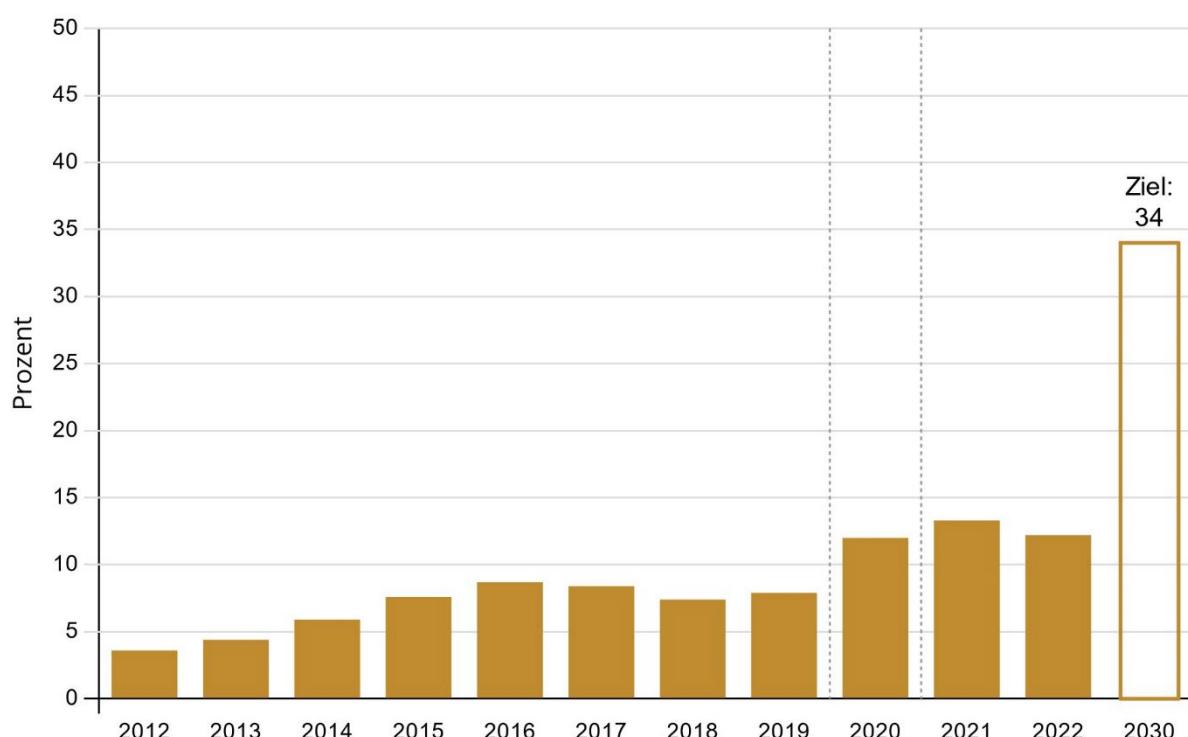


Nachhaltiger Konsum – Konsum umwelt- und sozialverträglich gestalten

### 12.1.a Marktanteil von Produkten mit staatlichen Nachhaltigkeitssiegeln

Marktanteil von Produkten mit staatlichen Nachhaltigkeitssiegeln



Anmerkung(en):

Ab 2020 zusätzlich mit der Kategorie Bekleidung. Die Ergebnisse ab 2020 sind daher nur eingeschränkt mit den Vorjahren vergleichbar. – Ab 2021 geänderte EU-Energieverbrauchskennzeichnung für verschiedene Produktgruppen. Die Ergebnisse ab 2021 sind daher nur eingeschränkt mit den Vorjahren vergleichbar.

Datenquelle(n):

Umweltbundesamt

#### Definition

Der Indikator stellt den Marktanteil von Produkten mit freiwilligen oder verpflichtenden Nachhaltigkeitssiegeln (in %) dar, deren Vergabegrundlagen von staatlichen Organen festgelegt werden. Zu den Nachhaltigkeitssiegeln und Produkten gehören Energieverbrauchskennzeichnungen bei Personenkraftwagen (Pkw), Haushaltsgroßgeräten, Leuchtmitteln und Fernsehern; Bio-Siegel bei Lebensmitteln; Grüner Knopf bei Bekleidung sowie Blauer Engel bei Hygienepapieren, Wasch- und Reinigungsmitteln.

#### Intention

Private Haushalte können direkt und indirekt nachhaltig konsumieren. Einerseits beeinflusst ihre Einkaufsentscheidung ihre eigene Umweltbilanz, da energieeffiziente Fahrzeuge oder gedämmte Häuser in ihrer Nutzung weniger Energie benötigen und einen geringeren



Ausstoß von Treibhausgasen verursachen. Andererseits können die Verbraucherinnen und Verbraucher Produkte erwerben, die auf besonders nachhaltige Weise hergestellt wurden.

### **Ziel**

Steigerung auf 34 % bis 2030

### **Inhalt und Entwicklung**

Der Indikator stellt den Marktanteil von Produkten dar, die entweder innerhalb ihrer jeweiligen Gerätekasse die höchste Stufe der EU-Energieverbrauchskennzeichnung (EU-EVK) erreichen oder mit einem der folgenden Umweltzeichen zertifiziert sind: EU-Ecolabel, EU-Bio-Siegel, Blauer Engel oder Grüner Knopf. Während die EU-EVK vorrangig Energieverbrauch und Treibhausgasemissionen bewertet, erfassen die übrigen Umweltzeichen zusätzlich weitere Umweltaspekte – etwa den Einsatz von Pestiziden oder die Belastung durch schadstoffhaltige Abwässer. Ziel des Indikators ist es, aufzuzeigen, inwieweit umweltfreundliche Produktvarianten konventionelle Produkte im Markt ersetzen.

Dabei wird nur eine Auswahl bestimmter Produktgruppen berücksichtigt – unter anderem, weil für nachhaltig zertifizierte Produkte nur begrenzt Umsatzdaten vorliegen. Gleichzeitig soll so eine Doppelzählung vermieden werden. Die Daten stammen vom Umweltbundesamt (UBA), das für die Berechnung verschiedene Quellen heranzieht, darunter auch Erhebungen der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK). Die Vergleichbarkeit der Daten im Zeitverlauf ist eingeschränkt: Zum einen ist die Produktgruppe Bekleidung erst seit 2020 Bestandteil des Indikators. Zum anderen beeinflusst die Änderung der Vergabegrundlagen der EU-Energieverbrauchskennzeichnung die Vergleichbarkeit. So wurden die Effizienzklassen, die bis 2021 von A+++ bis D reichten, für verschiedene Produktgruppen auf die Skala von A bis G zurückgesetzt.

Der Indikator umfasst die Konsumbereiche Wohnen, Mobilität, Bekleidung und Ernährung. Berücksichtigt werden unter anderem Haushaltsgeräte wie Kühlgeräte, Waschmaschinen, Fernsehgeräte und Klimaanlagen sowie Leuchtmittel, Lebensmittel, Hygienepapier, Wasch- und Reinigungsmittel und Personenkraftwagen (Pkw). Da die Marktgrößen der einzelnen Produktgruppen zum Teil erheblich variieren, werden die Marktanteile von Produkten mit staatlichen Umweltzeichen entsprechend ihrem jeweiligen Umsatzvolumen gewichtet. Aufgrund dieser Gewichtung hat der Bereich Lebensmittel den größten Einfluss auf den Indikator: Rund 60 % des Indikatorwerts entfallen auf den Anteil von Biolebensmitteln. Etwa 24 % werden durch den Anteil nachhaltiger Pkw bestimmt und 12 % entfallen auf die Produktgruppe Bekleidung.

Eine Gewichtung nach der Umweltrelevanz der jeweiligen Produktgruppen ist nicht möglich, da die Umweltzeichen unterschiedliche Kategorien adressieren – etwa Energieverbrauch, Treibhausgasemissionen oder Materialaufwand – die sich nicht miteinander verrechnen lassen. Eine umfassende ökologische Bewertung im Sinne eines einheitlichen Umweltfußabdrucks ist daher nicht darstellbar. Der Indikator erfasst die neu in den Verkehr gebrachten Produkte im Verhältnis zum Gesamtmarkt. Verhaltensänderungen durch effizientere Produkte – etwa ein gesteigerter Konsum (Rebound-Effekt) – bleiben unberücksichtigt. Zudem basiert der Indikator auf Umsätzen, sodass er aufgrund von Preisunterschieden zwischen konventionellen und zertifizierten Produkten keine Rückschlüsse



auf den mengenmäßigen Absatz zulässt. Veränderungen des Indikatorwerts können daher auch auf Preisentwicklungen innerhalb einzelner Produktgruppen zurückzuführen sein.

Im Jahr 2022 beliefen sich die Ausgaben für Produkte mit staatlichen Nachhaltigkeitssiegeln auf insgesamt 49,9 Milliarden Euro – das entspricht 12,2 % des Gesamtumsatzes der betrachteten Produktgruppen. Im Jahr 2012 lag dieser Anteil noch bei 3,6 %. Nachdem der Indikatorwert im Jahr 2020 gegenüber dem Vorjahr um 4,1 Prozentpunkte gestiegen war, ging er 2022 im Vergleich zu 2021 um 1,1 Prozentpunkte zurück und lag damit nur geringfügig über dem Wert von 2020. Setzt sich die Entwicklung der vergangenen Jahre fort, wird das politisch festgelegte Ziel, den Marktanteil bis 2030 auf mindestens 34 % zu steigern, voraussichtlich nicht erreicht.

Der Anstieg im Jahr 2020 war vor allem auf den sprunghaften Zuwachs des Marktanteils von A+-Pkw zurückzuführen, der infolge staatlicher Fördermaßnahmen von 10,0 % auf 27,5 % stieg. Im Jahr 2022 lag dieser Marktanteil bei 31,2 %. Der Marktanteil von Biolebensmitteln betrug 2022 6,3 % und lag damit unter dem bisherigen Höchstwert von 2021 (7,0 %). Die Produktgruppe Bekleidung erreichte im Jahr 2022 lediglich einen Marktanteil nachhaltiger Produkte von 0,2 %.

In einigen weiteren Produktgruppen sind die Marktanteile zertifizierter Produkte deutlich höher, etwa bei Waschmaschinen (96 %), Leuchtmitteln (76 %), Dunstabzugshauben (60 %) und Wäschetrocknern (58 %). Aufgrund ihres im Vergleich zum Gesamtmarkt geringen Umsatzvolumens wirken sich diese hohen Anteile jedoch nur schwach auf den Gesamtindikator aus. Die Aufnahme der Produktgruppe Bekleidung mit dem Label Grüner Knopf im Jahr 2020 beeinflusst aufgrund ihres hohen Gewichtungsfaktors die Vergleichbarkeit der Daten vor und nach 2020 relativ stark. Ohne Berücksichtigung der Produktgruppe Bekleidung läge der Indikatorwert im Jahr 2022 bei etwa 14 %.

### **Art des Ziels**

Ziel mit konkretem Zielwert

### **Bewertung**

Der Marktanteil von Produkten mit staatlichen Nachhaltigkeitssiegeln soll bis 2030 auf mindestens 34 % gesteigert werden.

Ausgehend von der Zielformulierung wird bei Fortsetzung der durchschnittlichen Entwicklung der Jahre 2017 bis 2022 der politisch festgelegte Zielwert deutlich verfehlt. Der Indikator 12.1.a wird für das Jahr 2022 mit Wolke bewertet.

