

Nachhaltigkeit

Theoretisches Hintergrunddokument



INHALTSVERZEICHNIS

Einführung in das theoretische Hintergrunddokument.....	4
1. Nachhaltigkeit – Eine Einführung.....	5
2. Nachhaltiger wohnungsbau	12
3. Nachhaltige finanzen	20
4. Nachhaltige Mobilität	27
5. nachhaltige Lebensmittel.....	31
6. Produktnachhaltigkeit: Ein umfassender EU-ansatz, um Produkte weniger ressourcenverbrauchend zu gestalten.....	38
6.1. Einführung.....	38
6.2. Ökodesign und Energiekennzeichnung.....	40
6.3. Umweltzeichen	44
6.4. Vorzeitige Obsoleszenz	48
7. Durchsetzung – produktnachhaltigkeit.....	53
7.1. Irreführende grüne Behauptungen über Produkte und mögliche Durchsetzungsprobleme	53
7.2. Neue Marktaufsichtsverordnung.....	58



Dieses Material wurde im Rahmen des Projekts Consumer PRO erstellt, das eine Initiative der Europäischen Kommission im Rahmen des Europäischen Verbraucherprogramms ist. Die Unterstützung der Europäischen Kommission stellt keine Billigung des Inhalts dar, der ausschließlich die Ansichten der Autoren widerspiegelt. Die Kommission kann nicht für die Verwendung der darin enthaltenen Informationen verantwortlich gemacht werden.



EINFÜHRUNG IN DAS THEORETISCHE HINTERGRUNDDOKUMENT

Liebe Leserinnen und Leser,

Dieses theoretische Hintergrunddokument ist Teil der Schulungsressourcen, die für Consumer Pro entwickelt wurden. Consumer Pro ist eine EU Initiative, die darauf abzielt, Verbraucherorganisationen und andere Akteure der Verbraucherpolitik besser auszustatten, um die Verbraucherinnen und Verbraucher in ihrem Land zu schützen.

Das Ziel dieses Dokuments ist es, Ihnen und Ihren Teams nützliche und relevante Informationen zur Nachhaltigkeit zur Verfügung zu stellen. Es deckt fünf Schlüsselbereiche ab, in denen die europäische Verbraucher- und Verbraucherpolitik den größten Einfluss und die größten Möglichkeiten für ein Engagement in der Klimakrise haben kann. Diese Schlüsselbereiche sind **nachhaltige Lebensmittel, Finanzen, Mobilität, Wohnen sowie Nachhaltigkeit und Durchsetzung von Produkten**.

Bei jedem der Themenbereiche wird aufgegriffen:

- Warum es für die Verbraucherinnen und Verbraucher wichtig ist.
- Was die politische Agenda auf EU-Ebene ist.
- Was die Rollen der nationalen und europäischen Verbraucherorganisationen und Akteure sind.
- Vorstellung einiger praktischer Beispiele und Fallstudien von Instrumenten, Kampagnen und Mitteilungen nationaler Verbraucherorganisationen.

Dieses theoretische Hintergrunddokument ist Teil einer Reihe von Schulungsressourcen. Es gibt ergänzende theoretische Hintergrunddokumente zum allgemeinen Verbraucherrecht und zu den digitalen Rechten.

Über Consumer PRO

Consumer PRO ist eine Initiative der Europäischen Kommission im Rahmen des Europäischen Verbraucherprogramms und wird vom BEUC - der Europäischen Verbraucherorganisation - durchgeführt. Ihr Ziel ist es, die Kapazitäten der europäischen Verbraucherorganisationen in der EU, Island und Norwegen in wichtigen sektorspezifischen Themen durch nicht-formale Bildung aufzubauen. Für weitere Informationen kontaktieren Sie uns bitte unter info@consumer-pro.eu.



1. NACHHALTIGKEIT – EINE EINFÜHRUNG

Warum Nachhaltigkeit für Verbraucherinnen und Verbraucher wichtig ist

In der europäischen Bevölkerung wächst die Besorgnis, dass immer mehr Klimaschutzmaßnahmen notwendig sind. Eine europäische Barometer-Umfrage¹ zu den Einstellungen der Europäer zum Klimawandel ab März 2020 zeigt:

94% der Bürgerinnen und Bürger in allen EU-Mitgliedstaaten sagen, dass ihnen der Schutz der Umwelt wichtig ist.

- **91% der Bürgerinnen und Bürger gaben an, dass der Klimawandel ein ernstes Problem in der EU ist.**
- **83% gaben an, dass europäische Rechtsvorschriften zum Schutz der Umwelt notwendig sind.**

Aus dem Verbraucherbarometer 2019 geht hervor, dass mehr als die Hälfte der EU-Verbraucherinnen und Verbraucher (56,8%) angibt, dass zumindest einige ihrer Kaufentscheidungen durch Umweltaussagen beeinflusst werden².

Dies deckt sich mit den Ergebnissen vieler Mitgliedsorganisationen des BEUC, die ein steigendes Interesse der Verbraucherinnen und Verbraucher an Nachhaltigkeitsthemen feststellen. Infolgedessen erhalten die nationalen Verbraucherorganisationen immer mehr Fragen von Verbraucherinnen und Verbrauchern und das Interesse wächst, den Menschen nützliche Ratschläge und Instrumente wie Produktbewertungen und Apps zur Verfügung stellen zu können.

Aus diesem Grund haben wir das Schulungsmodul Consumer PRO und Ressourcen zum Thema Nachhaltigkeit entwickelt - um Sie als Verbraucherexpertinnen und -experten dabei zu unterstützen, sowohl die Verbraucherinnen und Verbraucher in diesen Fragen zu unterstützen und aufzuklären, damit diese ihr Verhalten ändern können, als auch als Fürsprecher und Lobby im Namen der Verbraucherinnen und Verbraucher zu handeln.

Die politische Agenda – EU-Ebene

Die Bedeutung von Umweltfragen für die europäischen Bürgerinnen und Bürger und ihre Sorgen über den Klimawandel spiegeln sich in der politischen Agenda der EU wider. Aufgrund des öffentlichen Drucks hat sich die EU nun das Ziel gesetzt, bis 2050 eine Netto-Null-Kohlenstoff-Wirtschaft zu erreichen, und wird ihr Emissionsreduktionsziel von derzeit 40% bis 2030 auf 50 oder möglicherweise 55% bis 2030 erhöhen.

Um die notwendigen strukturellen Veränderungen in die Wege zu leiten, kündigte die Europäische Kommission in ihrem "European Green Deal" (Dezember 2019) Maßnahmen an,

¹<https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/survey/getSurveydetail/instruments/special/surveky/2257>

²https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/consumer-conditions-scoreboard-2019-factsheet_en.pdf



um die Lebensmittelsysteme nachhaltig zu gestalten, die Energieeffizienz von Verkehr und Wohnraum zu verbessern, die europäische Energieversorgung auf mehr erneuerbare Energien umzustellen und die Produkte langlebiger, besser reparierbar und recycelbar zu machen. **Der Europäische „Green Deal“ ist eine umfassende politische Leitlinie für die nächsten fünf Jahre und darüber hinaus.** Alle anderen Politikbereiche der EU wie Industriepolitik, Forschungspolitik, Mobilität, Lebensmittel, Finanzen, Energie usw. müssen mit den dazugehörigen Zielen übereinstimmen. Um erfolgreich zu sein, müssen jedoch tief greifende Systemveränderungen in der Art und Weise, wie wir leben, produzieren, konsumieren, heizen und uns bewegen, vorgenommen werden³. Außerdem müssen sich die politischen Entscheidungsträger nicht nur auf den "Klimawandel" konzentrieren, sondern auch dafür sorgen, dass breitere gesellschaftliche und ökologische Herausforderungen wie Chemikalien, biologische Vielfalt, Landnutzung und Nahrungsmittelproduktion angegangen werden.

Um sicherzustellen, dass die Visionen und Ziele des neuen Europäischen Green Deals erreicht werden, spielt die Verbraucherbewegung neben anderen zivilgesellschaftlichen Gruppen eine entscheidende Rolle, um die EU und die Mitgliedstaaten zur Rechenschaft zu ziehen und im Einklang mit den Verpflichtungen von Paris zu handeln⁴.

Politische Agenda auf nationaler Ebene

Nationale Ebene

- Klimaschutzplan 2050 als Deutschlands Umsetzung des Pariser Abkommens
 - Ziel: weitgehende Treibhausgasneutralität Deutschlands bis zum Jahr 2050
 - Inhalt: konkreter Rahmen für strategische Entscheidungen in den nächsten Jahren für Wirtschaft und Unternehmen, Gewerkschaften, Wissenschaft, Kreative und Zivilgesellschaft
- Für das Jahr 2030 bekräftigt der Klimaschutzplan 2050 das Gesamtziel einer Treibhausgasminderung von mindestens 55 Prozent gegenüber 1990.
 - Dieses Gesamtziel wird zugleich erstmals auf einzelne Sektoren heruntergebrochen
 - [Link zum Klimaschutzplan 2030](#)
- [Aktionsbündnis Klimaschutz](#) als zentrales Dialogforum zur kontinuierlichen Diskussion klimaschutzpolitischer Positionen zwischen den gesellschaftlichen Gruppen und mit der Bundesregierung
- Nationale [Klimaschutzinitiative](#)

³ Beispielsweise: European Environment Agency (2019): Sustainability transitions – Policy and Practice, <https://www.eea.europa.eu/publications/sustainability-transitions-policy-and-practice>

⁴ Am 12. Dezember 2015 erzielten die Vertragsparteien des Rahmenübereinkommens der Vereinten Nationen über Klimaänderungen ein bahnbrechendes Abkommen zur Bekämpfung des Klimawandels und zur Beschleunigung und Intensivierung der Maßnahmen und Investitionen, die für eine nachhaltige kohlenstoffarme Zukunft erforderlich sind. Zentrales Ziel des Pariser Abkommens ist es, die globale Antwort auf die Bedrohung durch den Klimawandel zu stärken, indem der globale Temperaturanstieg in diesem Jahrhundert deutlich unter 2 Grad Celsius über dem vorindustriellen Niveau gehalten wird und die Bemühungen fortgesetzt werden, den Temperaturanstieg noch weiter auf 1,5 Grad Celsius zu begrenzen: <https://unfccc.int/process-and-meetings/the-paris-agreement/what-is-the-paris-agreement>.

- [Die deutsche Nachhaltigkeitsstrategie](#) entlang der 17 Ziele einer nachhaltigen Entwicklung
 - Kampagne: [Die glorreichen 17](#)
- Unterstützung von [Forschungsinitiativen](#) zur nachhaltigen Entwicklung
- [Rat für nachhaltige Entwicklung](#) zur Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie
- Nationales Programm für nachhaltigen Konsum ([NPNK](#))
 - Kompetenzzentrum nachhaltiger Konsum
 - Nationales Netzwerk nachhaltiger Konsum
- Nationale [Umweltprüfungen](#) von Projekten
- Integriertes [Umweltpogramm 2030](#) des BMU

Lokale Ebene

- Lokale Agenda 21 (= Handlungsprogrammen, die Gemeinden oder Regionen in Richtung Nachhaltigkeit entwickeln sollen)
 - [Handbuch](#) zur lokalen Agenda21 vom Umweltbundesamt
 - In Deutschland existieren bereits über 2600 Kommunen mit Gemeinderatsbeschluss zur Erarbeitung einer lokalen Agenda 21
- [Netzwerk21](#): Überblick über lokale Initiativen
- Länderspezifischen Nachhaltigkeitsstrategien
 - [Übersicht](#) der Nachhaltigkeitsstrategien und -indikatoren der Bundesländer
- Bund/Länder-Arbeitsgemeinschaft "Klima, Energie, Mobilität – Nachhaltigkeit" (KliNa). Die BLAG KliNa ist ein Arbeitsgremium der Umweltministerkonferenz (UMK)

Beteiligung von Verbraucherorganisationen

Verbraucherorganisationen haben sich in der Historie nur teilweise in der Umweltpolitik engagiert, insbesondere in Bezug auf Verbraucherinformationen, wie Umweltzeichen und Energie- oder Autokennzeichnung, Produktdesignpolitik und den Schutz der Verbraucherrechte.

However, in recent years the consumer movement has become more receptive to the need to protect the planet and there is a growing understanding that the interests of future generations need to be taken into account.

In den letzten Jahren ist die Verbraucherbewegung jedoch aufgeschlossener geworden für die Notwendigkeit, den Planeten zu schützen und zeigt sich ein wachsendes Verständnis dafür, dass die Interessen künftiger Generationen berücksichtigt werden müssen. Das gestiegene Bewusstsein der Öffentlichkeit wie auch der politischen Entscheidungsträger für den klimatischen Notstand unterstreicht die Notwendigkeit einer Zusammenarbeit zwischen Verbraucherschützern und politischen Entscheidungsträgern. Damit dies gelingen kann, ist es



von entscheidender Bedeutung, die Verbraucherinnen und Verbraucher wirklich an der Einführung von Maßnahmen zu beteiligen. Sei es bei der Art und Weise, wie wir essen, uns bewegen, reisen, in unseren Häusern leben oder Produkte und Dienstleistungen nutzen, in jedem Fall ist eine kritische Anzahl von Veränderungen innerhalb der Verbrauchereinstellungen und -verhaltensweisen erforderlich. Es ist entscheidend, dass die Politik, die in den kommenden Monaten und Jahren eingeführt wird, die Verbraucherinnen und Verbraucher in den Mittelpunkt aller relevanten Aktionspunkte stellt.

Die europäischen Verbraucherinnen und Verbraucher haben eine enorme Kaufkraft und es macht einen entscheidenden Unterschied für den Planeten, ob die Verbraucherinnen und Verbraucher nachhaltige oder nicht-nachhaltige Produkte und Dienstleistungen wählen. Die meisten Kaufentscheidungen der Verbraucherinnen und Verbraucher werden bereits vor der Situation im Geschäftsumfeld getroffen und somit besteht die Herausforderung darin, sie bereits im Vorfeld zu erreichen. Verbraucherorganisationen spielen in diesem Prozess eine wichtige Rolle und fungieren als vertrauenswürdige Vermittler, die täglich Millionen von Menschen durch Zeitschriften, Hotlines, Webartikel und Videos informieren. Es müssen jedoch zusätzlich nachhaltigere Produkte und Dienstleistungen verfügbar werden, zu denen wir die Verbraucherinnen und Verbraucher beraten können.

In den kommenden Jahren wird die Rolle der Verbrauchergruppen und der Verbraucherexpertinnen und -experten in folgenden Bereichen beispielsweise fortgesetzt werden müssen:

- Verbraucherinnen und Verbraucher unabhängig zu nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen zu beraten.
- Produkte und Dienstleistungen auf ihre Umweltverträglichkeit zu prüfen.
- Gruppenkäufe zu organisieren, um die Preise für nachhaltige Produkte, wie z.B. für Solarpanels, zu senken⁵.
- Einbezug der Verbraucherinnen und Verbraucher in Übergangsdebatten durch: Verwaltung von Web-Communities, in denen Gleichaltrige miteinander über ihre Erfahrungen sprechen können, z.B. über erneuerbare Energien⁶, Organisation von Festivals, um Menschen darüber zu informieren, wie wir in Zukunft leben werden/können⁷, und durch gemeinsame Aktionen wie das Zusammentragen von Bildern der Verbraucherinnen und Verbraucher von unerwünschtem und unnötigem Verpackungsmüll, inklusive Senden dieser an politische Entscheidungsträger und Wirtschaftsteilnehmer
- Zusammenarbeit mit Sozialarbeitern, um Verbraucherinnen und Verbrauchern zu helfen, die Schwierigkeiten haben, ihre Energierechnungen zu bezahlen und



⁵ Siehe Kapitel 3 zu Wohnungsbau

⁶ Siehe Kapitel 3 zu Wohnungsbau

⁷ <https://www.altroconsumo.it/festival-2019#>

Aufklärung der Verbraucherinnen und Verbraucher über die effiziente Nutzung von Energie in ihren Häusern.

- Zusammenarbeit mit Schulen und Ausbildung von Lehrern⁸.
- Organisation von Demonstrationsworkshops, um den Menschen zu erklären, wie sie neue Produkte und Dienstleistungen, z.B. ein Elektrofahrzeug, nutzen können⁹.
- Durchführung von Forschungsarbeiten über Bedürfnisse und Präferenzen der Verbraucherinnen und Verbraucher, z.B. über den starken Wunsch der Verbraucherinnen und Verbraucher, Abfall zu reduzieren oder langlebigere Produkte zu haben¹⁰¹¹.
- Entwicklung von Kapazitätsausbildungsprogrammen mit dem Ziel, Verbraucherorganisationen und andere Akteure der Verbraucherpolitik stärker und besser für den Schutz der Verbraucher in ihren Ländern, auch zu Nachhaltigkeitsthemen, zu rüsten.
- Programmierung von Anwendungen, die den Verbraucherinnen und Verbrauchern helfen sollen, schädliche Chemikalien in Produkten zu vermeiden und gesündere Lebensmittel zu wählen¹².
- Förderung glaubwürdiger Umweltzeichen wie das EU-Umweltzeichen bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern.

Nachhaltigkeit vor dem Hintergrund von COVID 19

Zum Zeitpunkt der Entstehung dieses Artikels sind die kurz-, mittel- und langfristigen Auswirkungen der COVID-19-Pandemie unbekannt, aber es steht fest, dass die Krise unser aller Leben und den sozialen Zusammenhalt sowohl unmittelbar, mittel- als auch langfristig drastisch beeinträchtigen wird. Die politischen Entscheidungsträger auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene befassen sich nicht nur mit der unmittelbaren Reaktion im Gesundheitsbereich, sondern diskutieren politische Maßnahmen, die die negativen wirtschaftlichen und sozialen Auswirkungen mildern können. Dies betrifft die unmittelbare Not hilfe, umfasst aber



⁸ MundoOn Projekt Portugal : <https://decojovem.pt/iniciativa/mundon/>

⁹ Citizen's Advice Electric Vehicle Workshop 2019 <https://www.youtube.com/watch?v=i3KkP0AohI8&feature=youtu.be>

¹⁰ Siehe Kapitel 7.3; PROMPT project.

¹¹ Der deutsche Verbraucherzentrale Bundesverband fand durch eine [Meinungsumfrage](#) heraus, dass 96% der Verbraucher es für wichtig halten, dass weniger Verpackungsmüll anfällt und [89%](#) waren der Meinung, dass die EU die Hersteller von Haushaltsgroßgeräten verpflichten sollte, die Produkte besser reparierbar zu machen.

¹² Die BEUC-Mitglieder Forbrugerrådet TÆNK (Dänemark), Sveriges Konsumenter (Schweden) und VKI (Österreich) sind Teil des LIFE-finanzierten Projekts Ask Reach: <https://www.askreach.eu/partners-and-supporters/>. Forbrugerrådet TÆNK programmierte auch die App "Kemiluppern" und der UFC Que Choisir die App "QuelCosmetic", um Verbrauchern bei der Auswahl von Kosmetika zu helfen, die keine bestimmten schädlichen Chemikalien enthalten.

auch Entscheidungen über längerfristige Investitionen zur Wiederbelebung der Wirtschaft nach dem Ende der unmittelbaren Gesundheitskrise.

Die **europäischen Green-Deal-Reformen** müssen auf Kurs bleiben, da unser Ziel nicht sein kann, einfach zur 'alten Normalität' zurückzukehren, die die Klimakrise antreibt. Alle öffentlichen Gelder, die verwendet werden, um für unsere Unternehmen zu bürgen, sollten von Bedingungen abhängig sein, eine Veränderung hin zu mehr Nachhaltigkeit anzustreben. Es wird initial sein, nicht die Fehler der Vergangenheit wiederholen, z.B. wie bei der Finanz- und Wirtschaftskrise im Jahr 2009: Hier waren viele der Meinung, dass die Krise anders verlassen werden muss, als sie eingetreten ist - die Praxis danach zeigte jedoch wenig Änderung. Die Verbraucherorganisationen haben sich verpflichtet, eine aktive Rolle im Übergangsprozess zu spielen.

Während die Europäische Kommission derzeit den Organisationen der Zivilgesellschaft versichert, dass sie bei den europäischen Green-Deal-Reformen auf Kurs bleiben werden, wird die COVID-19-Krise zwangsläufig schwerwiegende Auswirkungen haben und entscheidend sein für die Frage, ob wir die Klimakrise rechtzeitig lösen können.

Aus Verbrauchersicht gibt es sowohl Risiken als auch Chancen. Es ist wichtig für Sie, über den nationalen Kontext nachzudenken und diese Faktoren zu berücksichtigen, wenn Sie relevante Reaktionsstrategien für nationale Verbraucherfachleute formulieren.

Wir sehen folgende Risiken:

- Es werden weniger öffentliche Gelder für Investitionen in strukturelle Veränderungen zur Verfügung stehen. Dies kann sich z.B. auf Budgets auswirken, die für Forschung und Innovation ausgegeben werden, auf die Einführung von Modellprojekten mit neuen Infrastrukturen (z.B. Ladestationen für Elektrofahrzeuge), auf öffentliche Gebäude, die ökologisch sind (z.B. passive Bürogebäude mit innovativen Konzepten für Licht, Lüftung, Regenwassersammlung, Nutzung erneuerbarer Energien usw.)¹³
- Widerstand von nationalen Politikerinnen und Politikern gegen das europäische Green-Deal-Projekt.
- Weniger Aufmerksamkeit der Verbraucherinnen und Verbraucher, weil sie mit anderen Problemen beschäftigt sind, was die Bewusstseinsbildung zu einer Herausforderung macht.
- Weniger Möglichkeiten für Verbraucherinnen und Verbraucher, die ihren Arbeitsplatz verloren haben, nachhaltiger zu leben, falls sich dies teurer gestalten sollte.
- Mehr Anreize für Unternehmen, die Verbraucherinnen und Verbraucher zu betrügen, wie z.B. einen höheren Preis für "nachhaltige" Produkte zu verlangen, auch für solche, die ihre Versprechen nicht einhalten.

¹³ Tatsächlich deuten die Verhandlungen über den nächsten Mehrjahreshaushalt der EU darauf hin, dass für das Gesundheitsprogramm, Forschung und Entwicklung sowie den Umweltschutz weniger Geld zur Verfügung stehen könnte, als ursprünglich für den Zeitraum von 2021-2027 vorgeschlagen wurde.

<https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/priorities/eu-s-long-term-budget/20200722IPR83804/eu-long-term-budget-deal-must-be-improved-for-parliament-to-accept-it>



Wir sehen die folgenden Faktoren als Chancen:

- Mehr Bewusstsein bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern, dass Veränderungen notwendig, möglich und durchführbar sind.
- Neue Fähigkeiten, Kenntnisse und Interessen einiger Verbraucherinnen und Verbraucher, die sie während der Lockdown-Zeit entwickelt haben, wie z.B. Kochen und Nähen, Spielen mit den Kindern, Unterstützung lokaler Kleinunternehmen, mehr Umsetzung über Videokonferenzen für professionelle Zwecke.
- Eine neue und verstärkte Wertschätzung für eine intakte Umwelt wie z.B. weniger Lärm, saubere Luft, Vogelgezwitscher in Städten usw.
- Neue Mittel zur Änderung des Lebensstils wie der Tausch von Kleidung, Spielzeug und Büchern, Produkte länger herzustellen und zu reparieren, öfter zu Hause zu kochen, anstatt ins Restaurant zu gehen, wegen des wirtschaftlichen Drucks mehr Zeit mit der Familie vor Ort zu verbringen.
- Mehr Solidarität und das Gefühl, dass wir eine große Krise überwinden können, wenn wir alle zusammenarbeiten und mehr im gemeinsamen Interesse handeln. Das kann den Menschen das Gefühl geben, dass sie nicht hilflos sind und dass ihr Handeln zählt.



2. NACHHALTIGER WOHNUNGSBAU

Warum nachhaltiges Wohnen für Verbraucherinnen und Verbraucher wichtig ist

Obwohl Verbraucherinnen und Verbraucher den Anstieg ihrer Energierechnungen wahrnehmen, haben viele Schwierigkeiten, diese unter Kontrolle zu halten, da sie in ineffizienten Häusern leben oder keinen Zugang zu nachhaltigeren Lösungen haben.



Gebäude machen heutzutage den größten Anteil des Energieverbrauchs in der EU aus. Insbesondere auf den Wohnsektor entfallen 45% des Gesamtenergieverbrauchs für Heizung und Kühlung in der EU. Der europäische Wohnungsbau muss nachhaltig werden, um die Klimaziele der EU zu erreichen. Da der größte Teil des Wohnungsbestands des Jahres 2050 bereits heute existiert, sollte der Schwerpunkt auf der Dekarbonisierung von Gebäuden liegen, und zwar durch höhere Renovierungsraten, die Umstellung auf Heizung und Kühlung mit erneuerbaren Energien, die Verwendung der effizientesten Produkte und Geräte, intelligente Gebäude-/Gerätemagementsysteme und die Verbesserung von

Materialien für die Isolierung.

Während energieeffiziente Häuser gut für den Geldbeutel der Verbraucherinnen und Verbraucher, gut für das Klima und gut für die öffentliche Gesundheit sind (weniger Luftverschmutzung), haben die Verbraucherinnen und Verbraucher oft Schwierigkeiten, die Vorteile von Investitionen in Renovierungen zu erkennen, und es mangelt ihnen an den entsprechenden Instrumenten. Finanzielle Unterstützung ist entweder wenig bekannt oder einfach nicht verfügbar. Nach Angaben von BEUC-Mitgliedern, nationalen Verbraucherorganisationen, sind die wichtigsten Probleme, die ein Tätigwerden der Verbraucherinnen und Verbraucher bei Wohnungsrenovierungen verhindern:

- Mangelndes Bewusstsein über die Vorteile der Renovierung.
- Mangel an verfügbarer/geeigneter Finanzierung für Renovierungen.
- Mangel an Rechtssicherheit.
- Mangel an verfügbarer vertrauenswürdiger unparteiischer Beratung

Die Einbeziehung der Verbraucherinnen und Verbraucher in den Energiewandel ist der Schlüssel zur Schaffung öffentlicher Akzeptanz in einer Zeit des Wandels. Obwohl die Verbraucherinnen und Verbraucher daran interessiert sind, einen aktiven Beitrag zur Energiewende zu leisten, müssen sie in ihren alltäglichen Realitäten auch davon überzeugt werden, dass sie in der Energiewende Geld sparen können, ihren Komfort verbessern und Versorgungssicherheit haben werden.

Verbraucherinnen und Verbraucher brauchen Informationen über die Auswirkungen ihrer Wahl und den damit verbundenen CO₂-Fußabdruck. Sie müssen in der Lage sein, die für sie besten Lösungen leicht zu erkennen, zum Beispiel wenn sie Entscheidungen über ihren eigenen Energieverbrauch oder die Gesamtbetriebskosten bei Investitionen in Heiz- oder

Kühlanlagen treffen. Zudem brauchen sie Informationen über und leichten Zugang zu verfügbaren Förderprogrammen. Gleichzeitig benötigen sie eine angemessene Beratung zur Renovierung der Häuser durch qualifizierte Fachleute sowie Unterstützung bei der Organisation des Umzugs während der Renovierung. Obwohl Informationen wichtig sind, sollten sie als Teil der Lösung verstanden werden, zusammen mit einer gut durchdachten und stabilen Politik, die Sicherheit für Investitionen und Vertrauen bietet.

Politische Agenda – EU Ebene

Um die Energieeffizienz ihres Gebäudebestands zu verbessern, hat die EU einen Rechtsrahmen geschaffen, der die Richtlinie über die Gesamtenergieeffizienz von Gebäuden 2010/31/EU (EPBD) und die Richtlinie über die Energieeffizienz 2012/27/EU umfasst. Beide Richtlinien wurden als Teil des Legislativpakets „Saubere Energie für alle Europäer“ in den Jahren 2018 und 2019 geändert.

Zunächst einmal sendet die [geänderte Richtlinie über die Gesamtenergieeffizienz von Gebäuden \(2018/844/EU\)](#) ein starkes politisches Signal für das Engagement der EU, den Gebäudesektor im Lichte technologischer Verbesserungen zu modernisieren und die Renovierung von Gebäuden zu verstärken. Die EPBD beauftragt die Mitgliedstaaten, nationale langfristige Renovierungsstrategien zu entwickeln, um den Gebäudebestand der EU bis 2050 hocheffizient zu machen, was eine Reduzierung der Emissionen um 80-95 % gegenüber 1990 bedeutet. Dieses übergreifende politische Ziel wird durch eine Vielzahl von Bestimmungen erreicht, die von einem "Smartness-Indikator" für Gebäude bis hin zu Energieausweisen (EPCs) reichen. Ersterer ist ein Instrument zur Messung der Fähigkeit von Gebäuden, neue Technologien aufzunehmen und mit dem Netz zu interagieren, um höhere Effizienzniveaus zu erreichen. Letzterer besteht aus einem Zertifizierungssystem zur Verbesserung der Vergleichbarkeit der Energieleistung von Gebäuden vor und nach Renovierungen. Die Richtlinie sieht auch die Einführung von Ladepunkten für Elektrofahrzeuge (EV) für neue Wohngebäude vor und verpflichtet die Mitgliedstaaten, bei der Ausarbeitung nationaler Renovierungsstrategien Maßnahmen zur Linderung der Energiearmut zu berücksichtigen. Die Frist für die Umsetzung der EPBD in nationales Recht endete im März 2020.

Zweitens wurde die [geänderte Richtlinie zur Energieeffizienz \(2018/2002\)](#) vereinbart, um den politischen Rahmen bis 2030 und darüber hinaus zu aktualisieren. Das Schlüsselement der geänderten Richtlinie ist ein Energieeffizienzziel für 2030 von mindestens 32,5%. Das Ziel, das gemeinsam in der EU erreicht werden soll, wird relativ zu den Modellprojektionen von 2007 für 2030 festgelegt. Eines der Hauptziele der überarbeiteten Energieeffizienz-Richtlinie ist die Senkung des Energieverbrauchs und damit die Senkung der Energierechnungen für die Verbraucherinnen und Verbraucher. Darüber hinaus soll sie Europa weniger abhängig von Energieimporten machen, Anreize für Produzenten schaffen, innovativ zu sein, und mehr Investitionen im Gebäudesektor anziehen.

Drittens kann die [Governance-Verordnung \(Verordnung 2018/1999\)](#) als Eckpfeiler des Pakets "Saubere Energie für alle Europäer" definiert werden, das die Richtung für die Erreichung der langfristigen Ziele der Energieunion in Übereinstimmung mit dem Pariser Klimaabkommen vorgibt. Indem die Mitgliedstaaten verpflichtet werden, langfristige Strategien und integrierte



nationale Energie- und Klimapläne zu entwickeln, legt die Verordnung klare Regeln fest, wie u.a. das Energieeffizienzziel der EU für 2030 erreicht werden soll.

Die derzeitige Europäische Kommission hat den Europäischen Green Deal als eine der Hauptprioritäten festgelegt und eine Renovierungswelle von öffentlichen und privaten Gebäuden im Rahmen ihres Europäischen Green Deal eingeleitet. Dieser zielt darauf ab, weitere Maßnahmen zu ergreifen und die notwendigen Voraussetzungen zu schaffen, um die Renovierungen auszuweiten und das beträchtliche Einsparpotenzial des Gebäudesektors zu nutzen. Gemäß der [Mitteilung der Europäischen Kommission zum Green Deal](#) vom Dezember 2019 heißt es:

"Die Kommission wird die Gesetzgebung in Bezug auf die Energieleistung von Gebäuden rigoros durchsetzen. Dies wird mit einer Bewertung der langfristigen nationalen Renovierungsstrategien der Mitgliedstaaten im Jahr 2020 beginnen. Die Kommission wird auch Arbeiten über die Möglichkeit einleiten, die Emissionen von Gebäuden in den europäischen Emissionshandel einzubeziehen, als Teil umfassenderer Bemühungen, sicherzustellen, dass die relativen Preise der verschiedenen Energiequellen die richtigen Signale für Energieeffizienz geben. Darüber hinaus wird die Kommission die Bauprodukte-Verordnung überprüfen. Sie soll sicherstellen, dass die Gestaltung von neuen und renovierten Gebäuden in allen Phasen den Bedürfnissen der Kreislaufwirtschaft entspricht und zu einer verstärkten Digitalisierung und Klimasicherung des Gebäudebestands führen".

Parallel dazu schlägt die Kommission vor, mit Interessenvertretern zusammenzuarbeiten, wozu auch eine offene Plattform gehören soll, die relevante Interessenvertreter zusammenbringt. Nicht zuletzt wird eine große finanzielle Unterstützung für Gebäuderenovierungen bereitgestellt, die auch eine einzigartige Gelegenheit für die BEUC-Mitgliedsorganisationen und andere Verbraucherschützer bieten kann, nationale Beratungsprogramme einzurichten und den Verbraucherinnen und Verbrauchern zu helfen, Zugang zu diesen Mitteln für die Gebäuderenovierung zu erhalten. Laut dem Arbeitsprogramm der Kommission wird diese Initiative für das dritte Quartal 2020 erwartet.



Politische Agenda auf nationaler Ebene

- [Langfristige Renovierungsstrategie](#) der Bundesregierung im Juni 2020 beschlossen
 - o Ziele: Für den Gebäudesektor hat Deutschland im Klimaschutzgesetz eine Reduktion des Treibhausgasausstoßes auf 70 Mio. t CO2-Äquivalente in 2030 gesetzlich festgelegt, was eine Minderung um 67 % gegenüber 1990 (210 Mio. t CO2) bedeutet.
 - o Bereits erste Erfolge: Fortschritte beim Klimaschutz und der Gesamtenergieeffizienz: Die Gesamtenergieeffizienz im Gebäudebereich ist zwischen 2008 und 2018 um über 25 % gestiegen. Die Treibhausgasemissionen im Gebäudebereich wurden zwischen 1990 und 2019 um rund 42 % gesenkt. Der Anteil erneuerbarer Energien am Endenergieverbrauch für Wärme und Kälte betrug 2018 über 14 %. Damit wurde das Ziel Deutschlands von 14 % für 2020 nach dem Erneuerbare-Energien-Wärmegesetz, welches der Erneuerbaren Energien Richtlinie (2009/28/EG) vorgriff, bereits im Jahr 2018 erfüllt.
- Mit der [Energieeffizienzstrategie Gebäude \(ESG\)](#) hat das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) Ende 2015 erstmals eine Gesamtstrategie für den Gebäudebereich vorgelegt, die eine integrierte Darstellung des Wärme-, Kälte-, Strom- und Effizienzbereichs sowie der erneuerbaren Energien bis 2050 vornimmt.
- [Nationaler Aktionsplan Energieeffizienz](#)
- In Deutschland erfolgt die Umsetzung der europäischen EPBD-Anforderungen durch das [Energieeinsparungsgesetz \(EnEG\)](#), die [Energieeinsparverordnung \(EnEV\)](#) und das [Erneuerbare-Energien-Wärmegesetz \(EEWärmeG\)](#) bzw. perspektivisch dem Gebäudeenergiegesetz (GEG). ([Quelle: dena](#))
- Förderung von innovativen Vorhaben und nationalen Leuchtturmprojekten durch eine [BMW I Förderinitiative](#)
- [Kommission nachhaltiges Bauen des UBA](#)

Beteiligung von Verbraucherorganisationen an "nachhaltigem Wohnen"

- **Beratung von Verbraucherinnen und Verbrauchern zur Reduktion ihres Energieverbrauchs:** Der Zugang zu klaren und transparenten Informationen ist für Verbraucherinnen und Verbraucher nicht immer möglich. Sie müssen leicht die besten Lösungen finden, wenn sie über ihre Energielieferanten und Energiequellen entscheiden, oder wenn sie Investitionen in saubere Technologien (wie z.B. Wärmepumpen) tätigen. Einige Verbraucherorganisationen haben allgemeine Energieeffizienzberatung sowie Produktvergleiche (z.B. bei Heizgeräten) angeboten.
- **Unterstützung von Verbraucherinnen und Verbrauchern bei der Renovierung ihrer Häuser:** z.B. zu der Frage, wie die Energieeffizienzlücken verringert



werden können, sowie zu unabhängigen Sachverständigen oder Energieausweisen. Als möglichen nächsten Schritt könnten sich Verbraucherorganisationen weiter darauf konzentrieren, den Verbraucherinnen und Verbrauchern maßgeschneiderte Ratschläge für energetische Renovierungen zu geben, die Verbraucherinnen und Verbraucher durch die notwendigen Schritte zu begleiten (die gesamte „customer journey“), kollektive Maßnahmen zur Gebäuderenovierung zu organisieren und ihnen neue Dienstleistungen anzubieten.

- **Einflussnahme auf die Gesetzgebung, um sicherzustellen, dass die Verbraucherinnen und Verbraucher leicht auf alle notwendigen Instrumente zugreifen können:** Die Verbraucherinnen und Verbraucher müssen durch finanzielle Anreize und eine gut konzipierte, stabile Politik unterstützt werden, die Investitionssicherheit bietet. Renovierungsprogramme, grüne Kredite oder Anreize für Vermieter sind alles Schlüsselbereiche, in denen die Verbraucherinnen und Verbraucher bei der Energieumstellung besser unterstützt werden können. Besonderes Augenmerk sollte auf Verbraucherinnen und Verbraucher in prekären Situationen sowie auf Mieter und mehrstöckige Gebäude gelegt werden.
- **Den Markt genau beobachten und sich für starke Verbraucherrechte und bessere Angebote einsetzen:** Es muss mehr getan werden, um die Energieeffizienz zu erhöhen und im Wärme- und Kältesektor auf erneuerbare Energien umzustellen. Die Gewährleistung eines gesunden Wettbewerbs zwischen Unternehmen sowie die Gewährleistung von Verbraucherrechten und -schutz sind Teil dieser Arbeit.
- **Prüfung und Einflussnahme auf technische Normen,** die für Produkte und Gebäuderenovierung relevant sind (z.B. Prüfung von Materialien: Fenster, Isolierung).

Nationale Beispiele oder Instrumente für Verbraucherbildung und Engagement

- **Gruppenkauf von Anlagen für erneuerbare Energien**

Das CLEAR-Projekt unterstützte viele Länder mit Gruppen Kaufkampagnen.

Sonnenkollektoren - In Belgien und der Tschechischen Republik galt dies für Sonnenkollektoren. In Belgien, wo im Durchschnitt 8 Tonnen CO₂-Emissionen pro Jahr emittiert werden, konnte Test-Achats durch den Gruppenkauf von Sonnenkollektoren zu einer Reduzierung von 60.000 Tonnen CO₂-Emissionen pro Jahr beitragen¹⁴.



¹⁴ Test-Achats magazine edition 623 October 2017.



In der Tschechischen Republik registrierte die Kampagne "I Want Solar Energy"¹⁵ 14.556 Personen, die an einem Gruppenkauf von Photovoltaik interessiert waren.

Wärmepumpen und Pelletöfen waren ebenfalls Teil von Gruppenkaufprogrammen in Belgien, der Tschechischen Republik, Slowenien, Portugal, Spanien und Italien¹⁶.

Litauen - SOL-Projekt "Solarenergie für Mehrfamilienhäuser" - Seit 2017 setzt sich [ALCO](#) (The Alliance of Lithuanian Consumer Organisations) für mehr solare Photovoltaik-Technologien im Mehrfamilienhaussektor ein, wo eine große Lücke im Vergleich zu den in Häusern lebenden Menschen festgestellt wurde. Durch den Aufbau internationaler Partnerschaften und die Durchführung von [Forschungsarbeiten](#) über bewährte internationale Praktiken und mögliche Lösungen hat das ALCO eine starke anwaltschaftliche Position in der nationalen Politikgestaltung entwickelt. Es wurde vom Energieminister als wichtiger Interessenvertreter anerkannt und wurde eingeladen, einer der fünf Erstunterzeichner der Prosumentenallianz unter der Schirmherrschaft des Ministeriums zu sein. Das im Oktober 2019 eingeführte Prosumer-Programm gilt derzeit als eines der "Prosumer-freundlichsten" in der EU und eröffnet Familien, die in Wohnungen leben, echte Möglichkeiten, Prosumer zu werden und die vielen Hindernisse zu überwinden, die noch vor wenigen Jahren als unüberwindbar galten.

Citizens Advice Bureau, UK - [Unterstützung der Verbraucherinnen und Verbraucher bei der energieeffizienten Gestaltung ihrer Wohnungen](#).

UK - Bewertung und Unterstützung von Händlern: Die Verbraucherorganisation Which? hat die [Which? Trusted Trader-Logo](#) entwickelt, um Verbraucherinnen und Verbrauchern bei der Auswahl des richtigen Händlers zu helfen und gute Händler zu erkennen, wenn sie eine größere Renovierung ihres Hauses vornehmen oder professionelle Hilfe bei der Verbesserung der Energieeffizienz zuhause suchen. Das Label ist ein Zeichen von Ruf und Vertrauen.

STEP-Projekt: BEUC koordiniert das Projekt Solutions zur Bekämpfung der Energiearmut ([Solutions to tackle Energy Poverty; STEP](#)), worin 9 BEUC Mitglieder involviert sind. Die große Idee des Projekts ist die Beratung für gefährdete Menschen mit einfachen, konkreten und kostenwirksamen Tipps und Maßnahmen, damit sie bei ihren EnergierECHNUNGEN sparen können. Was das STEP-Projekt einzigartig macht, ist, dass Nationale Verbraucherorganisationen mit Frontarbeitergruppen zusammen arbeiten, die bereits Schutzbedürftige der Bürgerinnen und Bürger zu verschiedenen Themen wie Haushaltsberatung oder Gesundheitstipps beraten, um



¹⁵ www.chcislunecnenergii.cz

¹⁶ https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-008_clear.0_factsheet_0.pdf

Menschen zu erreichen, die sich in Energiearmut befinden oder von Energiearmut bedroht sind. Das Projekt wurde im Rahmen des Förderprogramms Horizon2020 finanziert. Weitere Informationen finden Sie unter [STEP-Projekt-Website](#) und den [STEP-Berichten](#).



von europäischen Verbraucherorganisationen zur Beratung und Unterstützung von Verbraucherinnen und Verbrauchern, die in ihren Haushalten Strom und Wärme aus erneuerbaren Energiequellen erzeugen wollen. Das Projekt wurde durch das Forschungs- und Innovationsprogramm Horizont 2020 der Europäischen Union finanziert und lief von September 2017 bis Februar 2020.

Durch CLEAR ist es uns gelungen:

- durch Online-Interviews ein besseres Verständnis der Motivationen und Hauptauslöser für eine Verhaltensänderung der Verbraucherinnen und Verbraucher zu gewinnen
- zu testen, was Verbraucherinnen und Verbraucher dazu bringt, Energie effizienter zu nutzen, indem eine Gruppe von Haushalten untersucht und mit Informationen und Geräten versorgt wurde
- Verbraucherinnen und Verbrauchern zu helfen, besser informierte Entscheidungen zu treffen, indem sie die Leistung erneuerbarer Systeme bewerten und diese Informationen durch neue Online-Tools mehr Haushalten zugänglich machen
- Die Verbraucherinnen und Verbraucher durch Gruppenkäufe zu einem billigeren und intelligenteren Einkauf zu begleiten
- Zu einer ehrgeizigeren nationalen und EU-Energiepolitik beizutragen, in der wir uns für einfache und schnelle Verwaltungs- und Genehmigungsverfahren sowie für zentrale Anlaufstellen eingesetzt haben, die den Verbraucherinnen und Verbrauchern Informationen und persönliche Beratung bieten.

Weitere Informationen finden Sie auf der [CLEAR 2.0-Website](#), im [Factsheet](#) und in den [CLEAR 2.0-Ergebnissen und Empfehlungen](#).

Weitere Ressourcen zu nachhaltigem Wohnen - Factsheets, Publikationen, Links

- **Factsheet über das Clear 2.0-Projekt** – Verbrauchen die Möglichkeit bieten, sich über erneuerbare Energien zu informieren, sich mit ihnen beschäftigen und sie zu übernehmen https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-008_clear.0_factsheet_0.pdf
- **BEUC-Positionspapier über die Zukunft der Energieverbraucher** https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-055_the_future_of_energy_consumers.pdf

- **BEUC Positionspapier: Niedrigerer Energieverbrauch, niedrigere Energierechnungen:**
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2017-029_lower_energy_consumption_lower_energy_bills.pdf



3. NACHHALTIGE FINANZEN

Warum ist nachhaltige Finanzwirtschaft für Verbraucherinnen und Verbraucher wichtig?

Wenn es darum geht, die Verbraucherinnen und Verbraucher dabei zu unterstützen, zum Kampf gegen den Klimawandel beizutragen und nachhaltig leben zu können, ist die Auseinandersetzung mit dem Finanzwesen und den Finanzsystemen ein zentrales Thema. Gegenwärtig sind sich die Verbraucherinnen und Verbraucher nicht ausreichend bewusst, dass sie mit ihren Finanzentscheidungen etwas bewirken und die Märkte vorantreiben können.

Für die meisten Verbraucherinnen und Verbraucher sind die Banken eine einzige Anlaufstelle, wenn es um die Verwaltung ihrer gesamten Finanzen geht. Über ihre Bank erhalten sie ihr Gehalt und alle anderen Zahlungen und Leistungen auf ihre Girokonten, sie sparen Geld und investieren für den Ruhestand, nehmen Kredite auf, kaufen Versicherungen und vieles mehr. Das bedeutet, dass jedes Jahr Billionen von Euro durch die Banken fließen¹⁷, Geld, das für Initiativen ausgegeben werden könnte, die sich positiv auf die Umwelt und die Gesellschaft auswirken und zur Eindämmung des Klimawandels beitragen.



Angesichts der Dringlichkeit der Situation und trotz der derzeitigen Bemühungen, Ressourcen auf dem Weg zu einer nachhaltigen Wirtschaft einzusetzen, verwendet die große Mehrheit der Banken diese Billionen weiterhin für Investitionen in und die Finanzierung von emissionsintensiven Aktivitäten, einschließlich der fossilen Brennstoffindustrie.

In Schweden zum Beispiel investieren die sieben größten Banken fast doppelt so viel Geld der Sparer in fossile Energieträger wie in nachhaltige Energie. Von jeden hundert Cent, die

schwedische Banken investieren und dem Energiesektor leihen, entfallen 64 SEK auf fossile Energie und nur 36 SEK auf nachhaltige Energie. Insgesamt investierten die Banken 44,2 Milliarden SEK in fossile Energie und nur 9,8 Milliarden SEK für nachhaltige Energie¹⁸.



Viele Verbraucherinnen und Verbraucher möchten, dass ihr Geld zum Aufbau grünerer, gerechterer und integrativerer Gesellschaften beiträgt, z.B. zur Finanzierung von Aktivitäten, die sich positiv auf die Umwelt auswirken.

Derzeit berichten die Finanzinstitute jedoch nicht ausreichend über ihre Umweltstrategien, einschließlich der Frage, wo das Geld investiert wird. In diesem Zusammenhang bieten Finanzinstitute weiterhin unzuverlässige Finanzberatung an, wenn Verbraucherinnen und

¹⁷ Im Jahr 2015 hielten die europäischen Haushalte mehr als 10 Billionen EUR auf Sparkonten https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2015-101_savings_accounts_in_eu-a_dormant_market-study.pdf

¹⁸ <https://fairfinanceguide.se/media/494515/lägg-om-växeln.pdf>

Verbraucher einen Investmentfonds oder eine Lebensversicherung abschließen¹⁹, ohne die Nachhaltigkeitspräferenzen der Verbraucherinnen und Verbraucher zu berücksichtigen. Infolgedessen können Verbraucherinnen und Verbraucher unwissentlich zu Umwelt-, Klima- und Menschenrechtsverletzungen beitragen und es fehlt ihnen an der nötigen Autorität, um etwas dagegen zu unternehmen.

Politische Agenda der EU

In ihrem Arbeitsprogramm 2020 kündigte die Europäische Kommission ihre Absicht an, im dritten Quartal 2020 eine erneuerte Strategie für nachhaltige Finanzen zu veröffentlichen. Im April 2020 leitete die Europäische Kommission eine öffentliche Konsultation zu ihrer erneuerten Strategie für nachhaltige Finanzen ein, auf die das BEUC reagierte²⁰ indem es die Bedenken der Verbraucherinnen und Verbraucher in der breiteren Debatte über nachhaltige Finanzen zum Ausdruck brachte. Die Konsultation war in zwei Hauptabschnitte unterteilt: 1) Der erste Teil richtete sich an alle Interessengruppen zu der Frage, wie der Finanzsektor und die Wirtschaft nachhaltiger werden können; 2) der zweite Teil richtete sich an Expertinnen und Experten, die weitere technische und strategische Fragen zur Zukunft der nachhaltigen Finanzen stellten. Die Antwort des BEUC auf die Konsultation enthielt eine Reihe konkreter politischer Empfehlungen an die Europäische Kommission, um sicherzustellen, dass die Verbraucherinnen und Verbraucher besser über die Nachhaltigkeitsmerkmale der Finanzdienstleistungsprodukte informiert werden können, auf die sie in ihrem täglichen Leben angewiesen sind:

- Eine Verpflichtung für alle Finanzprodukte (Sparkonten, Investmentfonds, Lebensversicherungen, Renten usw.), offenzulegen, wie nachhaltig sie sind. Zum Beispiel auf der Grundlage eines Farbbewertungssystems ähnlich dem bereits bekannten Energielabel, bei dem ein solides Grün A am nachhaltigsten und ein Rot G am wenigsten nachhaltig ist.
- Verstärkte Anstrengungen der europäischen Institutionen zur Bekämpfung des "Greenwashing" durch Finanzdienstleister, ein zentrales Risiko für die Verbraucherinnen und Verbraucher.
- Die Entwicklung einer so genannten Braunen Taxonomie von Aktivitäten, die das Klima und die Umwelt negativ beeinflussen.
- Eine Anforderung an die Europäischen Aufsichtsbehörden, im Rahmen ihrer jährlichen Studien die Kosten und die Leistung von ESG-Produkten im Vergleich zu ihren traditionellen Pendants zu bewerten.
- Bessere Aufsicht und Regulierung von ESG-Ratings und ESG-Ratingagenturen.
- Ehrgeizige Regeln für die Schaffung eines EU-Umweltzeichens für Privatkunden-Finanzprodukte.
- Eine Verpflichtung für Finanzberater, die Nachhaltigkeitspräferenzen von Kunden zu bewerten, wenn sie Anlageberatung suchen, und eine Verpflichtung für Finanzberater, bei der Anlageberatung angemessen über ESG-Produkte geschult zu werden.

¹⁹ Siehe die BEUC-Kampagne auf thepriceofbadadvice.eu, die auf die anhaltende Unzulänglichkeit der finanziellen Beratung von Verbrauchern hinweist. Das BEUC fordert ein Verbot der Zahlung von "Vergünstigungen" an Finanzberater, die zu einer voreingenommenen unparteiischen Finanzberatung der Verbraucher führen.

²⁰https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-069_consultation_on_the_renewed_sustainable_financial_strategy.pdf

- Unterstützung für Initiativen, die Verbraucherinnen und Verbraucher beim Vergleich zwischen der Nachhaltigkeit und den Anlagepraktiken von Kreditinstituten und anderen Finanzunternehmen anleiten und unterstützen, wie z.B. der [Fair Finance Guide](#).

Dazu gehören die einschlägigen EU-Rechtsvorschriften und Arbeitsabläufe im Bereich der nachhaltigen Finanzen:

- **EU-Umweltzeichen für Anlageprodukte** - eine von der Europäischen Kommission eingesetzte Expertengruppe entwickelt derzeit ein EU-Umweltzeichen²¹ für Finanzprodukte auf der Grundlage der Taxonomie, ein EU-Klassifizierungssystem für nachhaltige Aktivitäten, das Investoren, Unternehmen, Emittenten und Projektträgern helfen soll, den Übergang zu einer kohlenstoffarmen, widerstandsfähigen und ressourceneffizienten Wirtschaft zu meistern. Die Zivilgesellschaft, einschließlich des Koordinators für das BEUC-Umweltzeichen, wird einbezogen, um ein zuverlässiges, auf strengen Bedingungen basierendes Zeichen zu gewährleisten, das "Greenwashing" und irreführende Informationen für die Verbraucherinnen und Verbraucher vermeidet.
- Im März 2020 legte die Gemeinsame Forschungsstelle der Europäischen Kommission einen Vorschlag über die Anforderungen an das EU-Umweltzeichen für Finanzdienstleistungsprodukte für Privatkunden vor. Im April 2020 veröffentlichte das BEUC (in Zusammenarbeit mit anderen zivilgesellschaftlichen Organisationen) seine Kommentare²² zu diesem Vorschlag, in denen es einige Bedenken hervorhob. Das BEUC und andere zivilgesellschaftliche Organisationen erklärten, dass der GFS-Vorschlag verbessert werden sollte, um sicherzustellen, dass das EU-Umweltzeichen zweckdienlich ist und gewährleistet, dass Produkte unter dem EU-Umweltzeichen auf Investitionen in umweltfreundliche Wirtschaftstätigkeiten abzielen. Genauer gesagt wurde unter anderem vorgeschlagen, dass das endgültige Siegel den Erwartungen von Kleinanlegern entspricht, d.h. mit mindestens 51% grünen Investitionen in die Fonds und strengen Ausschlusskriterien für signifikant schädliche Sektoren. BEUC und CSO treten für ein zukünftiges EU-Umweltzeichen ein, das Kleinanleger und Verbraucherinnen und Verbraucher im Allgemeinen vor "greenwashing" schützt und ihre Erwartungen an ein Umweltzeichen erfüllt.
- **Entwürfe der delegierten Rechtsakte "MiFID II" (Richtlinie über Märkte für Finanzinstrumente) und "IDD" (Richtlinie über den Versicherungsvertrieb)** - Die EC veröffentlichte die Entwürfe der delegierten Rechtsakte am 8. Juni 2020 und leitete eine vierwöchige Konsultation bis zum 6. Juli 2020 ein. Im Falle ihrer Annahme werden die Entwürfe delegierter Rechtsakte dem Europäischen Parlament und dem Rat zur Prüfung vorgelegt. Die geänderten Vorschriften gelten ab 12 Monate nach ihrer Veröffentlichung im Amtsblatt der EU. Nach den Entwürfen delegierter Rechtsakte sollen Finanzberater verpflichtet werden, Nachhaltigkeitsfaktoren in die Anlageberatung für Verbraucherinnen und Verbraucher einzubeziehen. Die

²¹ Siehe Kapitel 7.2 zu Ökolabel.

²² http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-026_ecolabel_financial_products_ngo_joint_briefing.pdf

Verbraucherorganisationen arbeiten darauf hin, in der Entwurfsphase sicherzustellen, dass diese Texte die Verbraucherinnen und Verbraucher angemessen schützen, indem sie von den Finanzberatern verlangen, die Präferenzen von Kunden, die eine Finanzberatung wünschen (z.B. bei der Beratung über ein Rentenprodukt, eine Lebensversicherung oder einen Investmentfonds), in Bezug auf Umwelt, Soziales und Governance (ESG) angemessen zu bewerten.

Braune Taxonomie - die EU-Taxonomieverordnung legt derzeit nur eine "grüne Taxonomie²³ fest. Sie enthält keine "braune Taxonomie" mit Kriterien für wirtschaftliche Aktivitäten, die sich negativ auf die Umwelt auswirken. Für eine braune Taxonomie zu werben, würde bedeuten, dass Kleinanleger verstehen, wenn ihre Investitionen nicht nachhaltige Aktivitäten anheizen.

Politische Agenda auf nationaler Ebene

- Strategie für Nachhaltige Finanzen seitens des BMF
- Gründung des [Sustainable Finance Beirat](#)
- [Beschluss](#) des Sekretärsausschusses für nachhaltige Entwicklung zu Nachhaltigen Finanzen als Teil der Nachhaltigkeitsstrategie Deutschlands
- [Selbstverpflichtung](#) des Finanzsektors zur Erreichung der Klimaziele
- [Nachhaltige Finanzen](#) als Bestandteil des Rates für nachhaltige Entwicklung
- Deutschlandbezogene [Roadmap](#) des PRI (Principles for Responsible Investment)
- Dialogplattform: Green and sustainable finance cluster Germany ([gsfc-germany](#))

Beteiligung der Verbraucherorganisationen

Die Welt der nachhaltigen Finanzen wächst, und es gibt viele Schlüsselrollen, die Verbraucherorganisationen einnehmen können:

- **Unterstützung der Verbraucherinnen und Verbraucher bei der Rückverfolgung ihrer grünen oder schmutzigen Kapitalanlagen** - Recherche und Information der Verbraucherinnen und Verbraucher darüber, wohin ihre Gelder fließen. Zum Beispiel ist der Leitfaden "Faire Finanzen"²⁴ ein Beispiel für die Arbeit, die Verbraucherorganisationen leisten können, damit Verbraucherinnen und Verbraucher transparentere Informationen darüber erhalten, wohin ihre Banken Geld weiterleiten. Er entlarvt sozial und ökologisch destruktive Praktiken europäischer Banken, von der Finanzierung der Palmölexpansion in Indonesien bis zur Aufdeckung

²³ Am 18. Dezember 2019 erzielten der Rat und das Europäische Parlament eine [politische Einigung über die Taxonomieverordnung](#). Am 15. April 2020 nahm der Rat im schriftlichen Verfahren seinen [Standpunkt zur Taxonomieverordnung in erster Lesung an](#). Das Europäische Parlament billigte den Text am 18. Juni 2020 im Rahmen des Verfahrens der "Einigung in zweiter Lesung". Der Text ist nun auch im Amtsblatt der EU [veröffentlicht](#) worden und tritt am 20. Tag nach seiner Veröffentlichung in Kraft.

²⁴ Fallstudien zu Finanzierungen und Investitionen europäischer Banken, aus dem Leitfaden Fair Finance: <https://fairfinanceguide.org/ffg-international/case-studies/>

des Umfangs ihrer fortgesetzten Investitionen in die fossile Brennstoffindustrie im Gegensatz zu erneuerbaren Energien.

- **Druck für eine größere Produktvielfalt** - Gegenwärtig gibt es ein begrenztes Angebot von Produkten für Ersparnisse, Investitionen und Pensionsfonds, die auf Umwelt-, Sozial- und Governance-Zielen und -Kriterien (ESG) basieren. In Verbindung mit begrenzten öffentlichen Informationen haben die Verbraucherinnen und Verbraucher eine sehr begrenzte Auswahl an Dienstleistungen, die sie für die Verwaltung ihrer privaten Finanzen nutzen, und Verbraucherorganisationen können sich engagieren und den Druck der Verbraucherinnen und Verbraucher für mehr ESG-Grundprodukte aufbauen. Verbraucherorganisationen könnten das Bewusstsein dafür schärfen, dass Verbraucherinnen und Verbraucher die Märkte steuern und mit ihren Forderungen und Entscheidungen Druck ausüben können.
- **Aufklärung der Verbraucherinnen und Verbraucher über das "Greenwashing" von ESG-Zielen und -Kriterien** - Weil es für Banken positiv sein kann, als nachhaltig und sozial bewusst wahrgenommen zu werden, muss auf die Banken ein höherer Druck ausgeübt werden, um sicherzustellen, dass ESG-Ziele sowohl inhärent als auch integraler Bestandteil des Bankensystems sind. "Greenwashing"-Praktiken, d.h. Produkte, die grün erscheinen, es aber in Wirklichkeit nicht sind, müssen wirksam bekämpft werden.
- **Anbieten von Vergleichen von grünen Kreditangeboten** - Eine solche Aktivität kann die Verbraucherinnen und Verbraucher dabei unterstützen, günstige und grüne ungesicherte Kreditangebote zu finden, um in erneuerbare Energien (wie Wärmepumpen oder Sonnenkollektoren), grüne Güter wie Elektroautos sowie energieeffiziente Hypotheken oder Kredite für energieeffiziente Renovierungen von Wohngebäuden zu investieren.
- Schließlich - die Verbraucherinnen und Verbraucher sind nicht in der Lage, die Risiken ihrer Investitionen in kohlenstoffbasierte Industrien durch **gestrandete Vermögenswerte**²⁵ – zu mindern oder sich der Risiken ihrer Investitionen bewusst zu sein - Investitionen, Renten und Ersparnisse sollten vor den Risiken des Klimawandels und nicht nachhaltiger Finanzierung geschützt werden. Verbraucherorganisationen könnten sich für mehr Transparenz in Bezug auf die Finanzierung und die von Finanzinstitutionen getätigten Investitionen einsetzen.

Nationale Beispiele oder Instrumente für Verbraucherbildung und Engagement

- **Der Leitfaden für faire Finanzen - Norwegen & Schweden**

²⁵ Verlorene Vermögenswerte sind Vermögenswerte, die unter einem vorzeitigen und unerwarteten Wertverlust leiden. Forscher der London School of Economics haben darauf hingewiesen, dass der Klimawandel ein doppeltes Risiko in sich birgt, zu "stranded assets" zu führen. Erstens können extreme Wetterereignisse wichtige Vermögenswerte wie die Infrastruktur sowie die Landnutzung direkt zerstören oder ihren Produktionswert senken. Zweitens kann er die Produktion dieser Vermögenswerte verringern und dadurch zu niedrigeren Investitionsrenditen führen. Daher sind härtere Maßnahmen gegen den Klimawandel, die solche Folgen verhindern würden, auch zum Schutz der Investoren sinnvoll. Für weitere Informationen siehe: <https://www.beuc.eu/press-media/news-events/tougher-action-climate-change-makes-sense-investors>



Die norwegische Verbraucherorganisation Forbrukerrådet und der schwedische Sveriges Konsumenter sind Teil des Fair Finance Guide-Netzwerks, einem Projekt zur Bewertung und zum Vergleich führender Banken in ihrem Land auf der Grundlage von Umwelt-, Sozial- und Governance-Kriterien.

Der norwegische Fair Finance Guide bewertet 13 Banken nach ihren Richtlinien und Praktiken <https://etiskbankguide.no/>. Der Fair Finance Guide Schweden umfasst die 7 größten und 2 alternative Banken in Schweden - <https://fairfinanceguide.se/>

- **Litauen - Gemeinsame Überwachungsgruppe für nachhaltige Finanzen (S.U.R.F.-Projekt).** Ähnlich wie das Projekt [Fair Finance International](#) repliziert die Alliance of Lithuanian Consumer Organizations (ALCO) ein Bank-Rating-System für litauische Verbraucherinnen und Verbraucher. Das Projekt konzentriert sich in dreifacher Hinsicht auf die Auswirkungen: Durchführung zielgerichteter Informationskampagnen, um die Verbraucherinnen und Verbraucher bei der aktiven Suche nach und Investitionen in nachhaltigkeitsorientierte Finanzprodukte für den Einzelhandel zu unterstützen; Zusammenarbeit mit lokalen Akteuren des Finanzsektors, um die Schaffung und Platzierung von Produkten auf dem Markt zu fördern; Lobbyarbeit und Anwaltschaft bei Entscheidungsträgern für einen Rechtsrahmen zur Neuausrichtung des Finanzsektors von "business as usual"-Investitionen auf nachhaltige Investitionen. Ziel ist der Aufbau eines Finanzsystems, in dem die gewachsene Rolle und der Druck von nachhaltigkeitsbewussten Verbraucherinnen und Verbrauchern einen tiefgreifenden Wandel des Finanzsystems ermöglicht.
- **Belgien - Réseau Financié (das Alternative Finance Networking)** ist ein belgisches Netzwerk, dessen Hauptziel es ist, sozial verantwortliches und ethisches Finanzwesen zu fördern. Réseau Financié betreibt Forschung, entwickelt Wissen und unterstützt Einzelpersonen bei ihrer Suche nach ethischen und verantwortungsbewussten Finanzprodukten. Das Netzwerk veröffentlicht regelmäßig [Berichte](#) zur Bewertung von Finanzprodukten, die soziale, ethische, Governance- und Umweltbelange fördern, um Kleinanlegern zu helfen, die ihr Geld verantwortungsbewusst anlegen wollen. Das Netzwerk betreibt auch eine [Vergleichswebsite](#) (u.a. für Sparkonten, Investmentfonds und Rentenprodukte usw.), die es den Benutzern ermöglicht, die ESG-Merkmale von Finanzdienstleistungsprodukten auf einfache Weise zu vergleichen (auf der Grundlage einer Reihe von Kriterien und [Methoden](#), die vom Netzwerk entwickelt wurden).

Weitere Ressourcen – Factsheets, Veröffentlichungen, Links

- **Website der Europäischen Kommission zur erneuerten nachhaltigen Finanzstrategie** https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/banking-and-finance/sustainable-finance_en
- **Antwort des BEUC auf den Europäischen Green Deal zum Thema "Finanzen"** Seite 10: http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-012_beuc_position_on_european_green_deal.pdf

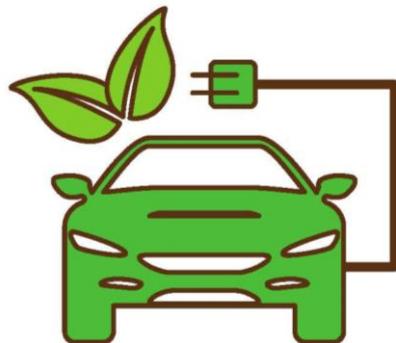
- **The Fair Finance Guide** - ein in mehreren EU-Ländern durchgeführtes Projekt, das das Bewusstsein der Verbraucherinnen und Verbraucher fördert, indem es Finanzinstitute nach Nachhaltigkeitskriterien bewertet: <https://fairfinanceguide.org/>
- **Finance Watch** – Europäische NGO, die nach der Finanzkrise 2008 gegründet wurde, um die Aufmerksamkeit auf die Finanzlobby zu lenken und ihr entgegenzuwirken - <https://www.finance-watch.org/>
- **Empfehlungen des BEUC und von NGOs zu EU-Umweltzeichen und Finanzprodukten:** http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-026_ecolabel_financial_products_ngo_joint_briefing.pdf Siehe auch Abschnitt 7.2/Seite 30 dieses theoretischen Hintergrunddokuments für weitere Informationen über Umweltzeichen und die Einbeziehung von Finanzprodukten.
- **Finance Watch Blogbeitrag "keine Klimagerechtigkeit ohne nachhaltige Finanzen"** - <https://www.finance-watch.org/no-climate-justice-without-sustainable-finance/>
- **Finance Watch Blog-Eintrag: "Neun Finanzreformen sollten Klimastreikende fordern"** - <https://www.finance-watch.org/uf/9-financial-reforms-that-climate-strikers-should-demand/>
- **Aktionsplan der Kommission zur Finanzierung des nachhaltigen Wachstums, 8. März 2018-** https://ec.europa.eu/info/publications/180308-action-plan-sustainable-growth_en
- **Antwort des BEUC auf die Konsultation der Europäischen Kommission zu ihrer erneuerten nachhaltigen Finanzstrategie-** https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-069_consulation_on_the_renewed_sustainable_financial_strategy.pdf
- **Finanzinitiative des Umweltprogramms der Vereinten Nationen**
<https://www.unepfi.org/>
- **Frank Bold öffentliches Interesse Rechtsorganisation**
<https://en.frankbold.org/about-us>



4. NACHHALTIGE MOBILITÄT

Warum ist nachhaltige Mobilität für die Verbraucherinnen und Verbraucher wichtig?

Viele Verbraucherinnen und Verbraucher haben keine andere Wahl, als ihr individuelles Auto zu benutzen, um ihre Mobilitätsbedürfnisse zu erfüllen. Dies ist das Ergebnis einer jahrzehntelangen Stadt- und Wirtschaftspolitik, die auf der Annahme basierte, dass der individuelle, benzinbetriebene Autobesitz der ideale Weg war, um von A nach B zu gelangen. Dies hat zu einem Mobilitätssystem geführt, in dem das Fahren teuer, ineffizient und schlecht für Klima, Umwelt und öffentliche Gesundheit ist. Die Verbraucherinnen und Verbraucher könnten viel Geld und Zeit sparen, wenn unser Verkehrssystem nachhaltiger werden würde. Parallel dazu ist der Luftverkehrssektor eine der am schnellsten wachsenden Quellen von CO2-Emissionen und könnte bis 2050 zu einem der größten Emittenten in der EU werden.



In den letzten Jahren wurden beträchtliche Fortschritte bei der Senkung der CO2-Emissionen und des Treibstoffverbrauchs von Personenkraftwagen erzielt. Neue Tests (WLTP und RDE) sind in Kraft getreten, die EU hat ihren Typgenehmigungs- und Marktüberwachungsrahmen deutlich gestärkt und ehrgeizige CO2-Reduktionsziele für 2025 und 2030 vereinbart. Es ist zu hoffen, dass dieser neue Rechtsrahmen den Übergang zu kohlenstoffärmeren Autos erheblich beschleunigen und Fortschritte in der Realität und nicht nur auf dem Papier bringen wird. Im nächsten Jahrzehnt erwarten wir daher einen tiefgreifenden Wandel in der Automobilindustrie, wobei die Reduzierung der CO2-Emissionen stark von einem Wandel der Antriebstechnologien und einem Wechsel von Verbrennungs- zu Elektromotoren angetrieben wird.

Politische Agenda auf EU-Ebene

Im Folgenden sind die bevorstehenden relevanten EU-Prozesse aufgeführt:

- Veröffentlichung einer neuen EU-Strategie für "nachhaltige und intelligente Mobilität" bis Ende 2020, die politische Ziele in Bezug auf die Einführung sauberer Fahrzeuge, saubere Verkehrsalternativen (Schiene) und die richtigen Anreize für die Verbraucherinnen und Verbraucher setzt.
- Überarbeitung (voraussichtlich im Juni 2021) der EU-Richtlinie über den Aufbau einer Infrastruktur für alternative Kraftstoffe, die insbesondere Anforderungen für die Einführung von Aufladestellen für Elektroautos festlegt.

- Revision (erwartet im Laufe des Jahres 2021) der EU-Richtlinie zur Autokennzeichnung, die Autokäufern Informationen über die Effizienz von Autos zum Kaufzeitpunkt zur Verfügung stellt.
- Revision (voraussichtlich im Juni 2021) der CO2-Reduktionsziele für Autos für 2025 und 2030.

Politische Agenda auf nationaler Ebene

- [Brennstoffemissionshandelsgesetz, CO2 Bepreisung](#): CO2 Besteuerung seitens der Bundesregierung: Bund und Länder einigten sich im Vermittlungsausschuss darauf, den CO2 -Preis ab Januar 2021 auf zunächst 25 Euro pro Tonne festzulegen. Danach steigt der Preisschrittweise bis zu 55 Euro im Jahr 2025 an. Für das Jahr 2026 soll ein Preiskorridor von mindestens 55 und höchstens 65 Euro gelten.
- Ziel innerhalb des Klimaschutzplan 2050: Absenkung jährlicher Treibhausgasemissionen im Verkehrsbereich von aktuell rund 160 Millionen Tonnen CO2-Äquivalente auf 95 bis 98 Millionen Tonnen im Jahr 2030 ([Quelle: UBA](#))
- Förderung von [Beispielprojekten](#) zur nachhaltigen Mobilität seitens des BMVI
- [Positionspapier](#) zur Umsetzung der Klimaschutzziele im Verkehrssektor

Beteiligung von Verbraucherorganisationen

Während des Übergangs zu Elektrofahrzeugen, der für das nächste Jahrzehnt erwartet wird, ist es wichtig, dass Verbraucherorganisationen die Verbraucherinnen und Verbraucher über die für sie richtigen Mobilitätsoptionen beraten und unterstützen. In Bezug auf Autos können Informationen am Kaufzeitpunkt den Autokäufern helfen, sich für kraftstoffeffizientere Autos zu entscheiden. Ein einheitliches Auto-Emissionslabel in allen EU-Ländern würde den Verbraucherinnen und Verbrauchern dabei helfen und das Angebot an nachhaltigeren Optionen wie Elektroautos beeinflussen.

Verbrauchergruppen können diese Arbeit ergänzen, indem sie die Menschen mit Informationen über den tatsächlichen Kraftstoffverbrauch/Emissionsniveau ihrer Autos versorgen und sie bei der Auswahl der besten Fahrzeuge auf dem Markt beraten. Viele Verbraucherorganisationen tun dies in Projekten wie [Green NCAP](#) oder [MILE21](#).

Es gibt weitere Entwicklungen im Automobilsektor, die neue und andere Herausforderungen für die Verbraucherpolitik schaffen können. Neue Innovationen wie die zunehmende Automatisierung und die mit dem Internet verbundenen Funktionen werfen eine ganze Reihe neuer Fragen zu Haftung, Sicherheit, Datenschutz, fairem Wettbewerb und mehr auf.

Parallel dazu sollten die Verbraucherinnen und Verbraucher besseren Zugang zu Alternativen zum individuellen Auto haben, wie z.B. öffentliche Verkehrsmittel, aktive Mobilitätsangebote (zu Fuß und mit dem Fahrrad) oder gemeinsam genutzte und Mikro-Mobilitätsangebote. Unsere gesamten Mobilitätssysteme müssen neu durchdacht werden, um den Verbraucherinnen und Verbrauchern effizientere und nachhaltigere Alternativen zu bieten.

Nationale Beispiele oder Instrumente zur Verbraucherbildung und zum Engagement für nachhaltige Mobilität

- **Erprobung "grünerer" Automodelle (E-Autos und Kraftstoffwahl)**
 - **Test Achats, Belgien:**
 - Vergleich von Autos, um die ökologischste Beratung für eine umweltfreundlichere Fahrweise zu erhalten
 - MILE21 - "mehr Informationen weniger Emissionen" - liefert Verbraucherinnen und Verbrauchern reale Daten über den Kraftstoffverbrauch von PKW und hilft ihnen so, gut informierte Kaufentscheidungen für effizientere Fahrzeuge zu treffen
<https://www.mile21.eu/about>
 - Grüner NCAP - Vergleich von Autos:<https://www.greennkap.com/>
- **Förderung des öffentlichen Verkehrs**
 - **Forbrugerrådet Tænks, Dänemark** - Das Projekt "[Passenger pulse](#)" hilft Verbraucherinnen und Verbrauchern mit öffentlichen Verkehrsmitteln.
 - **vzbv, Deutschland** - Durchführung von Studien über Rechtsansprüche auf die Erreichbarkeit des Wohnortes mit öffentlichen Verkehrsmitteln und die Anbindung an neue öffentliche Verkehrsmittel (z.B. Fahrgemeinschaften):
<https://www.vzbv.de/dokument/mobil-bleiben-auch-ohne-auto>
- **Kampagne für verbesserte Passagierrechte**
- **Kollektive Klagen**
- **Fall Volkswagen** - Als Volkswagen entlarvt wurde, weil das Unternehmen "Defeat Device"-Software in seinen Fahrzeugen verwendete, die effektiv einen besseren Emissionsausstoß vortäuschte, so dass die Autos verkauft wurden und anscheinend die Schadstoffnormen erfüllten, haben die nationale Verbraucherorganisation und BEUC auf europäischer Ebene zusammengearbeitet, um den Verbraucherinnen und Verbrauchern zu helfen, entschädigt zu werden und ihre Fahrzeuge im Einklang mit den gesetzlichen Bestimmungen zu erhalten. Verbrauchergruppen in Deutschland, Litauen, Slowenien, der Slowakei, der Schweiz, Belgien, Italien, Portugal und Spanien starteten Gruppenklagen gegen VW.
- **Verbraucherbildung und Forschung**
 - Citizens Advice UK - organisierte eine Reihe von Workshops darüber, wie ein Elektrofahrzeug effizient aufgeladen werden kann (z.B. wie Verbraucherinnen und Verbraucher die Vorteile von "intelligenten Tarifen" nutzen könnten, um

ihren Stromverbrauch zu optimieren und Geld zu sparen). Sehen Sie sich das Video an:

<https://www.youtube.com/watch?v=i3KkP0AohI8&feature=youtu.be>

Weitere Ressourcen - Factsheets, Veröffentlichungen, Links

- **BEUC-Positionspapier zu der Frage, wie die Verbraucherpolitik zur Säuberung des Verkehrs in Europa beitragen kann:**
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-065_fossil_fuelled_mobility.pdf
- **BEUC-Factsheet zur nachhaltigen Mobilität:**
<http://www.beuc.eu/sustainability/sustainable-mobility>
- **BEUC-Factsheet zur Zugänglichkeit von Elektroautos:**
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-036_making-electric-cars-convenient-across-europe.pdf
- **BEUC-Factsheet zur Erschwinglichkeit von Elektroautos:**
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2018-113_when_will_electric_cars_be_an_affordable_option_for_european_consumers_a5_format.pdf
- **BEUC-Positionspapier zur besseren Eignung von Elektroautos:**
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-032_making_electric_cars_convenient.pdf



5. NACHHALTIGE LEBENSMITTEL

Warum sind nachhaltige Lebensmittel wichtig für Verbraucherinnen und Verbraucher?

Eine wachsende Anzahl an Verbraucherinnen und Verbrauchern ist bereit, Lebensmittel zu konsumieren, die gut für ihre Gesundheit und gut für unseren Planeten sind. Dies ist der ermutigende Trend, der aus einer vom BEUC im Juni 2020²⁶.veröffentlichten Umfrage über die Einstellung der Verbraucherinnen und Verbraucher zu nachhaltigen Lebensmitteln hervorgeht. Die Umfrage, die 11 Länder umfasste, ergab, dass zwei Drittel der Europäer offen dafür sind, ihre Ernährungsgewohnheiten aus Umweltgründen zu ändern. Sie zeigte jedoch auch, dass die Verbraucherinnen und Verbraucher Hürden überwinden müssen, um ihren Worten Taten folgen zu lassen. Preis, mangelndes Wissen, unklare Informationen und eine begrenzte Auswahl an nachhaltigen Optionen sind es, die nach Meinung der meisten Verbraucherinnen und Verbraucher verhindern, dass sie sich nachhaltiger ernähren.

Bei der Nachhaltigkeit von Lebensmitteln geht es darum, die Ernährungsbedürfnisse der Bevölkerung mit den geringsten Auswirkungen auf die Umwelt zu befriedigen und gleichzeitig eine gesunde Ernährung anzubieten. Dieses Thema umfasst

- 1- Wie man Lebensmittelabfälle vermeidet, und
- 2- Wie man die nachhaltige Wahl für die Verbraucherinnen und Verbraucher einfach und erschwinglich macht.

Lebensmittelabfälle

Nach Schätzungen der Europäischen Kommission²⁷, werden in der EU jährlich etwa 88 Millionen Tonnen Lebensmittel verschwendet. Nach den verfügbaren Daten fällt die Hälfte dieser Abfälle (53%) auf der Ebene der Haushalte an²⁸.

Lebensmittelabfälle sind jedoch eine gemeinsame Verantwortung in der gesamten Lebensmittelkette. Handlungsbedarf besteht auf allen Ebenen, u.a.: Bekämpfung der Überproduktion auf der Ebene der landwirtschaftlichen Betriebe und beschädigter Produkte/Verpackungen auf der Ebene der Herstellung; Verhinderung von Kühlkettenbrüchen während des Transports und schlechter Lagerhaltung und -verwaltung auf der Ebene des Einzelhandels; Bekämpfung schlechter oder fehlender Verbraucherpackungen, schlechter Einkaufsgewohnheiten oder unsachgemäßer Lagerung von Lebensmitteln auf der Ebene der Verbraucherinnen und Verbraucher usw.

Neben den negativen Auswirkungen für die Umwelt sind Lebensmittelabfälle aus ethischer Sicht inakzeptabel, haben aber auch finanzielle Folgen für die Verbraucherinnen und Verbraucher. Jedes Jahr wirft eine belgische Familie im Durchschnitt perfekt essbare Lebensmittel im Wert von ca. 300€²⁹ weg. Im Vereinigten Königreich wirft eine

²⁶ BEUC (2020). [One bite at a time: consumers and the transition to sustainable food](#).

²⁷ http://ec.europa.eu/food/safety/food_waste/index_en.htm

²⁸ [FUSIONS](#), 2015.

²⁹ Test-Achats 589. Gaspillage alimentaire. September 2014.

durchschnittliche Familie jeden Monat fast 60 Pfund Lebensmittel weg, die sie gekauft, aber nicht gegessen hat³⁰.

Untersuchungen zeigen, dass die von den EU-Haushalten am meisten weggeworfenen Lebensmittel Obst und Gemüse (insbesondere frischer Salat), Backwaren, Fleisch und Fisch, Milchprodukte, Trockennahrung (Teigwaren, Reis) und Gewürze sind^{31 32 33}. Lebensmittelabfälle zu Hause sind weitgehend mit lebensmittelbezogenen Routinen³⁴, verbunden, einschließlich Einkaufsroutinen (d.h. dem Kauf übergroßer Lebensmittelportionen) und Routinen bezüglich der Verwendung (oder Nichtverwendung) von Speiseresten (wobei die Menge der Speisereste durch die gekauften Lebensmittelportionen beeinflusst wird). Laut einer EU-weiten Umfrage³⁵, gaben 58% der Befragten an, dass die Verfügbarkeit kleinerer Portionsgrößen in den Geschäften ihnen helfen würde, die Lebensmittelabfälle zu reduzieren. Eine kürzlich von der Europäischen Kommission durchgeführte Studie³⁶ schätzt außerdem, dass bis zu 10 % der Lebensmittelabfälle der Verbraucherinnen und Verbraucher mit der Datumskennzeichnung in Zusammenhang stehen, und zwar aufgrund von Fehlinterpretationen durch die Verbraucherinnen und Verbraucher, aber auch aufgrund der uneinheitlichen oder unangemessenen Verwendung des "Verfallsdatums" und des "Mindesthaltbarkeitsdatums" durch Lebensmittelhersteller und Einzelhändler.

Gesunde und nachhaltige Lebensmittelentscheidungen für die Verbraucherinnen und Verbraucher einfach und erschwinglich machen

Sicherzustellen, dass gesunde und nachhaltige Lebensmittelwahl für die Verbraucherinnen und Verbraucher die einfache Option sind, bedeutet konkret:

- Verbesserung des Zugangs der Verbraucherinnen und Verbraucher zu nachhaltigeren Produkten zu einem erschwinglichen Preis
- Schaffung eines Umfelds, das eine gesunde und nachhaltige Lebensmittelwahl unterstützt, zum Beispiel durch:
 - Erhöhung der Verfügbarkeit und des Angebots an nachhaltigen Nahrungsmitteln.



³⁰ WRAP 'Love Food, Hate Waste' campaign. <http://england.lovefoodhatewaste.com/content/5-sure-fire-wayssave-money-your-food-bills>

³¹ German Federal Ministry of Food and Agriculture (2012). http://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/Ernaehrung/WvL/Studie_Lebensmittelabfaelle_Langfassung.pdf?blob=publicationFile

³² WRAP report (2008). The Food We Waste.

³³ Crem, bureau voor duurzame ontwikkeling, report (2013).

³⁴ Stancu, 2015; Stefan et al, 2013

³⁵ Flash Eurobarometer 316 (March 2011). Attitudes of Europeans towards resource efficiency

³⁶ European Commission (2018). [Market study on date marking and other information provided on food labels and food waste prevention](http://ec.europa.eu/food/food/labelling/other-information/labels-waste-prevention_en).

- Beschränkung des Marketings und der Werbung für ungesunde Lebensmittel für Kinder
- Bereitstellung von Informationen über den Nährwert von Lebensmitteln auf einen Blick durch ein obligatorisches Etikett auf der Vorderseite der Verpackung (Nutri-Score).
- Sicherstellen, dass Lebensmittel mit hohem Fett-, Zucker- und/oder Salzgehalt keine gesundheitlichen Vorteile mehr beanspruchen können.
- Verbesserung der Verbraucherinformation darüber, woher Lebensmittel stammen.
- Bekämpfung betrügerischer Behauptungen über nachhaltige Lebensmittel (d.h. Greenwashing), indem sichergestellt wird, dass Nachhaltigkeitsetiketten für Lebensmittel klar, eindeutig, zuverlässig, überprüfbar, nicht irreführend und anwendergeprüft sind.

Politische Agenda auf EU-Ebene

Was die **Lebensmittelabfälle** betrifft, so hat die Generalversammlung der Vereinten Nationen im September 2015 im Rahmen der Ziele für eine nachhaltige Entwicklung bis 2030 das Ziel verabschiedet, die Lebensmittelabfälle pro Kopf im Einzelhandel und bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern zu halbieren und die Lebensmittelverluste entlang der Produktions- und Lieferketten zu reduzieren. Der im Dezember 2015 verabschiedete EU-Aktionsplan der Europäischen Kommission für die Kreislaufwirtschaft³⁷ skizziert Maßnahmen zur Unterstützung der Erreichung dieses Ziels:

- Eine Plattform (EU-Plattform zu Lebensmittelverlusten und Lebensmittelabfällen³⁸), die EU-Institutionen, Expertinnen und Experten aus EU-Ländern und relevante Interessengruppen zusammenbringt, wurde eingerichtet, um alle Akteure bei der Festlegung von Maßnahmen zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen, beim Austausch bewährter Verfahren und bei der Bewertung der im Laufe der Zeit erzielten Fortschritte zu unterstützen.
- Es wurde eine gemeinsame EU-Methodik zur einheitlichen Messung von Lebensmittelabfällen in der gesamten Lebensmittelversorgungskette ausgearbeitet³⁹.
- Auf EU-Ebene wurden Arbeiten⁴⁰ eingeleitet, um zu prüfen, wie die Verwendung der Datumskennzeichnung durch die Akteure in der Lebensmittelkette und ihr Verständnis durch die Verbraucherinnen und Verbraucher, insbesondere die "Haltbarkeitskennzeichnung", verbessert werden kann.

Die "**Farm to Fork"-Strategie**⁴¹ der EU für ein faires, gesundes und umweltfreundliches Lebensmittelsystem wurde am 20. Mai 2020 veröffentlicht. Sie ist ein wichtiger Bestandteil

³⁷ http://ec.europa.eu/priorities/jobs-growth-investment/circular-economy/docs/communication-action-planfor-circular-economy_en.pdf

³⁸ https://ec.europa.eu/food/safety/food_waste/eu_actions/eu-platform_en

³⁹ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=OJ:L:2019:248:TOC>

⁴⁰ https://ec.europa.eu/food/safety/food_waste/eu_actions/date_marking_en

⁴¹ https://ec.europa.eu/food/sites/food/files/safety/docs/f2f_action-plan_2020_strategy-info_en.pdf

des übergreifenden Green Deals und geht mit einem Aktionsplan einher, der 27 Maßnahmen auflistet, die den Weg für eine umweltfreundlichere Lebensmittelproduktion, gesündere und nachhaltigere Ernährung und weniger Lebensmittelabfälle ebnen. Zu diesen Maßnahmen - von denen viele noch Gegenstand weiterer Untersuchungen, Konsultationen und anderer Folgenabschätzungen sind - gehören insbesondere

- Ein Vorschlag für eine harmonisierte obligatorische Nährwertkennzeichnung auf der Vorderseite der Verpackung, um den Verbraucherinnen und Verbrauchern eine gesundheitsbewusste Lebensmittelauswahl zu ermöglichen (bis Q4 2022).
- Ein Vorschlag, die Herkunftsangabe für bestimmte Produkte vorzuschreiben (bis Q4 2022).
- Ein Vorschlag für einen Rahmen nachhaltiger Lebensmittelkennzeichnung, um Verbraucherinnen und Verbrauchern zu ermöglichen, nachhaltige Nahrungsmittelentscheidungen treffen (bis 2024).
- Nährwertprofile zur Beschränkung der Verwendung von nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben bei Lebensmitteln mit hohem Salz-, Zucker- und/oder Fettgehalt (bis Q4 2022).
- Ein Vorschlag für Ziele auf EU-Ebene zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen (bis 2023).
- Ein Vorschlag für eine Überarbeitung der EU-Vorschriften zur Datumskennzeichnung ("Verwendung bis" und "Mindesthaltbarkeitsdatum") (Q4 2022).
- Initiativen zur Förderung der Neuformulierung von verarbeiteten Lebensmitteln, einschließlich der Festlegung von Höchstgehalten für bestimmte Nährstoffe (Q4 2021).

Politische Agenda auf nationaler Ebene

- [Nationale Strategie](#) zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendungen
- Nationale Reduktions- und Innovationsstrategie für Zucker, Salz und Fette in Fertigprodukten des [BTEL](#)
- [Strategie](#) für eine nachhaltige Landwirtschaft und Ernährung im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie, BTEL
- Nationale [Ernährungsforschung](#)
- [Beschluss](#) von Anforderungen einer nachhaltigen Entwicklung an das Ernährungssystem seitens des Staatssekretärsausschusses für nachhaltige Entwicklung
- Bundesweite [Aktionswoche](#) für mehr Lebensmittelwertschätzung

Beteiligung von Verbraucherorganisationen an nachhaltigen Lebensmitteln

Je nach ihren Kapazitäten und Ressourcen gibt es ein breites Spektrum von Aktivitäten, in welchen die Verbraucherorganisationen sich engagieren können, um Lebensmittelabfälle zu vermeiden und den Verbraucherinnen und Verbrauchern die Wahl gesunder und nachhaltiger Lebensmittel zu erleichtern:



- **Sensibilisierung:** Durch Artikel, die sie in ihren Zeitschriften/auf ihren Websites veröffentlichen, und durch Kampagnen, die sie durchführen, tragen Verbraucherorganisationen dazu bei, das Bewusstsein der Verbraucherinnen und Verbraucher für Fragen wie Lebensmittelabfälle⁴² oder die Umweltauswirkungen unserer Ernährungsgewohnheiten⁴³ zu schärfen.
- **Unterstützung von Verhaltensänderungen:** Verbraucherorganisationen können den Verbraucherinnen und Verbrauchern einfache Tipps geben, um ihnen zu helfen, ihr Verhalten zu ändern. Dazu gehören beispielsweise Empfehlungen für die Lagerung von Lebensmitteln und Ideen für Rezepte zur Wiederverwendung von Speiseresten⁴⁴, Hilfe für Verbraucherinnen und Verbraucher zum besseren Verständnis des Unterschieds zwischen "Haltbarkeitsdatum" und "Mindesthaltbarkeitsdatum"⁴⁵, Beratung für Eltern über die gesündesten Schulsnacks für ihre Kinder⁴⁶, oder Hilfe für Verbraucherinnen und Verbraucher bei der Suche nach dem nachhaltigsten Fisch⁴⁷.
- **Für Regulationen einsetzen, die den Verbraucherinnen und Verbrauchern die gesunde und nachhaltige Wahl erleichtern:** Verbraucherorganisationen spielen eine Schlüsselrolle, wenn es darum geht sicherzustellen, dass die EU- und nationalen Gesetze, die unsere Lebensmittelsysteme und das, was auf den Teller der Verbraucherinnen und Verbraucher kommt prägen, nachhaltige Agrar- und Lebensmittelproduktion fördern und ein Lebensmittelumfeld schaffen, in dem die gesunde und nachhaltige Wahl die einfachste ist.
- **Nutzung neuer Medien und Technologien, um die Verbraucherinnen und Verbraucher zu erreichen:** Verbraucherorganisationen nutzen zunehmend neue Medien und Technologien (Smartphone-Anwendungen⁴⁸, Facebook-Posts und Videos⁴⁹, Twitter, discussion fora, etc.) Twitter, Diskussionsforen usw.), um die Verbraucherinnen und Verbraucher - insbesondere die jüngeren - zu erreichen und sie in ihren Bemühungen um gesündere und nachhaltigere Ernährungsgewohnheiten zu unterstützen.

Nationale Beispiele oder Instrumente für Verbraucherbildung und Engagement

- **Portugal- Green Chef-** lädt Schulen, die Mitglieder von DECOJovem sind, ein, Videos mit kulinarischen Rezepten zu produzieren, die aus Essensresten und / oder mit einer besseren Verwendung von Lebensmitteln hergestellt werden, mit dem Ziel, junge Konsumenten für die Bedeutung der Bekämpfung von Verschwendungen und die Übernahme eines verantwortungsvollen Konsumverhaltens zu sensibilisieren.

⁴² OCU (2017). [No tires la comida!](#)

⁴³ CLCV (2020). [Manger durable](#).

⁴⁴ Fédération Romande des Consommateurs (2012). [Bien accommoder ses restes : les recettes de la FRC](#).

⁴⁵ OCU (2018). [10 alimentos que se pueden comer “caducados”](#).

⁴⁶ Test-Achats/Test-Aankoop (2019). [Comment choisir une collation saine ? Pour les enfants](#).

⁴⁷ UFC – Que Choisir (2018). [Pêche durable. Manger des poissons en bonne conscience](#).

⁴⁸ Siehe z.B. [die App](#), die von Forbrugerrådet Tænk (in Zusammenarbeit mit einer Gruppe von Organisationen) entwickelt wurde, um Verbrauchern dabei zu helfen, Lebensmittelabfälle im Haushalt zu reduzieren.

⁴⁹ Siehe beispielsweise die [Forbrugerrådet Facebook-Kampagne](#) auf Forbrugerrådet über Lebensmittelabfälle.

- **Portugal “Chef fish”**- lädt Schulen ein, Videos mit kulinarischen Fischrezepten zu produzieren, die gesunde und nachhaltige Wahlmöglichkeiten beim Verzehr von Meeresfrüchten aufzeigen und die den Respekt vor dem Ozean und seinen Ressourcen zeigen.
- **France – “Zéro Gâchis Académie”:** Über einen Zeitraum von drei Monaten wurden



100 Haushalte von der Verbraucherorganisation CLCV "gecoacht" (Familien, aber auch Alleinstehende, Rentner usw.). Während der ersten fünfzehn Tage wurden die Haushalte aufgefordert, die Menge der Nahrungsmittel zu messen, die sie typischerweise verschwenden. Danach erhielten sie Empfehlungen und Tipps, wie sie die Lebensmittelabfälle zu Hause

reduzieren können. Insgesamt reduzierten die Teilnehmer des Projekts ihre Lebensmittelabfälle um mehr als die Hälfte (59%).

- **Portugal “Too much plastic”**- Ist eine Initiative, die letztes Jahr von Juni bis November entwickelt wurde. Die Verbraucherinnen und Verbraucher wurden aufgefordert, Fotos von Waren und Produkten zu schicken, die in zu viel Plastik verpackt waren. Dann setzte sich die Verbraucherorganisation mit den Lieferanten in Verbindung und bat um Maßnahmen zur Reduzierung übermäßiger Verpackungen.

- **Belgium – Namenswettbewerb:** Test-Achats/Test-Aankoop hat sich mit drei belgischen Städten zusammengetan, um



die Verwendung von Doggy-Bags bei den belgischen Verbraucherinnen und Verbrauchern zu fördern. Aus kulturellen Gründen war diese Praxis in Belgien nicht üblich, und viele Verbraucherinnen und Verbraucher fühlten sich unwohl, wenn sie darum baten, ihre Essensreste mit nach Hause zu nehmen.

Es wurde ein Wettbewerb über soziale Medien organisiert, um das englische Wort umzubenennen, um die Praxis bei den belgischen Verbraucherinnen und Verbrauchern bekannter zu machen.

Weitere Ressourcen - Factsheets, Veröffentlichungen, Links

- **Offener Brief des BEUC zur "Farm to Fork"-Strategie**
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-092_csos_open_letter_on_the_farm_to_fork_strategy_to_achieve_sustainable_food_systems_.pdf

- **BEUC-Bericht über die Erhebung der EU-Verbraucher und nachhaltige Lebensmittel, Juni 2020:**
http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-042_consumers_and_the_transition_to_sustainable_food.pdf
- **BEUC position paper on sustainable food – Das BEUC-Positionspapier zu nachhaltigen Lebensmitteln** - ein Papier, das vom BEUC im Jahr 2016 entwickelt wurde, um eine Diskussion über "nachhaltige Lebensmittel" anzustoßen
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-029_ipa_cpe_beuc_position_on_food_sustainability.pdf
- **BEUC-Positionspapier zur Nährwertkennzeichnung auf der Vorderseite der Verpackung:**
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-033_front-of-pack_nutritional_labelling.pdf
- **BEUC-Kommentare zur öffentlichen Konsultation der Europäischen Kommission zum Fahrplan für die "Farm to Fork"-Strategie für nachhaltige Lebensmittel**
<https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12183-Farm-to-Fork-Strategy-/F507869>
- **BEUC-Bewertung der "Farm to Fork"-Strategie**
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-057_beucs_take_on_farm_to_fork_strategy.pdf



6. PRODUKNACHHALTIGKEIT: EIN UMFASSENDER EU-ANSATZ, UM PRODUKTE WENIGER RESSOURCENVERBRAUCHEND ZU GESTALTEN

6.1. Einführung

Die Europäische Union hat eine lange Tradition in der Entwicklung spezifischer Vorschriften für Konsumgüter, sei es aus Sicherheitsgründen oder aus Gründen des Umweltschutzes. Die Maßnahmen der EU umfassen die Entwicklung neuer Rechtsvorschriften, technischer Normen und Verbraucherinformationen. Die Rolle der EU in diesem Prozess kann nicht hoch genug eingeschätzt werden, denn in einem Binnenmarkt gelten diese Vorschriften für jeden Hersteller, der Produkte auf dem EU-Markt in Verkehr bringt.

In den ersten Jahren der Produktpolitik konzentrierte sich die EU auf die Verbraucherinformation, um die Nachfrage nach energieeffizienten Produkten zu stärken. Dies geschah zum Beispiel durch das EU-Energielabel, das ab Mitte der 80er Jahre eingeführt wurde, beginnend mit Haushaltsgeräten. Seit Anfang der 1990er Jahre wurde es durch das EU-Umweltzeichen ergänzt, das die Verbraucherinnen und Verbraucher weiter informieren und sie auf die umweltfreundlichsten Produkte auf dem Markt hinweisen soll.

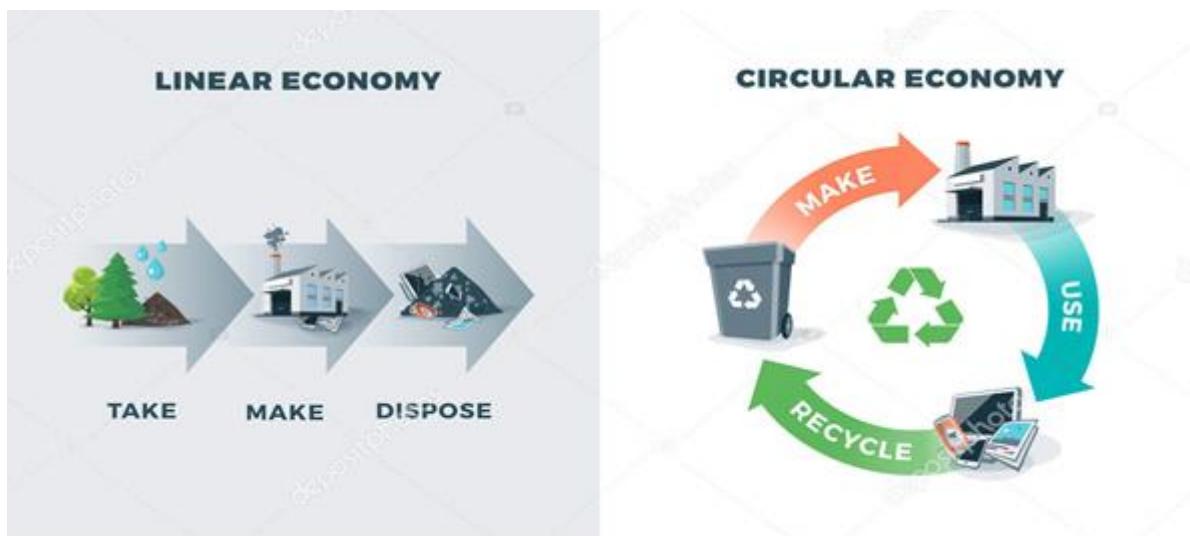
Die alleinige "Verbraucherinformation" bringt jedoch nur begrenzte Veränderungen mit sich und kann bestimmte Marktdefizite, wie ein begrenztes Angebot an nachhaltigen Produkten, nicht beheben. Deshalb hat die EU in den Jahren nach 2005 begonnen, sich mit dem Produktdesign zu befassen, indem sie den Herstellern durch so genannte Ökodesign-Anforderungen verbindliche Auflagen macht. Dies ist auf die Vorstellung zurückzuführen, dass 80% der Umweltauswirkungen eines Produkts durch die Designentscheidungen eines Herstellers bestimmt werden und auf die der Verbraucherinnen und Verbraucher wenig bis gar keinen Einfluss hat.

In seinen Anfangsjahren konzentrierte sich der Ökodesign-Prozess auf Energieeffizienz und andere zentrale Umweltauswirkungen wie Lärmemission und Wasserverbrauch. Das Instrument befindet sich derzeit im Wandel, um systematischer auf neue Herausforderungen einzugehen, wie z.B. die Verwendung von recycelten Materialien, die Verlängerung der Produktlebensdauer und die Erleichterung von Reparatur und Wartung, Demontage, Wiederverwendung und Recycling.

Der Werkzeugkasten der EU für eine nachhaltige Produktpolitik umfasst auch verschiedene Instrumente für den Umgang mit Chemikalien, z.B. den EU-Ansatz zur Registrierung, Bewertung und Zulassung und Beschränkung chemischer Stoffe (REACH), die Einstufung, Verpackung und Kennzeichnung von Chemikalien (CLP), die Beschränkung gefährlicher Chemikalien (RoHS) und die Gesetzgebung zur Abfallreduzierung, Sammlung, Verpackung und zum Recycling.

Seit 2015 arbeitet die EU an einem breit angelegten Ansatz für nachhaltigere Produkte durch die Entwicklung und Umsetzung einer so genannten Kreislaufwirtschaft. Seitdem wurden zwei Aktionspläne mit konkreten Maßnahmen vorgelegt, einer für 2015 und einer für 2020. Eine Kreislaufwirtschaft ist ein System, das darauf abzielt, Abfälle zu eliminieren und die kontinuierliche Nutzung von Ressourcen sicherzustellen. Zirkuläre Systeme setzen Wiederverwendung, gemeinsame Nutzung, Reparatur, Sanierung, Wiederaufarbeitung und

Recycling ein, um ein Kreislaufsystem zu schaffen, das den Einsatz von Ressourceninputs und die Entstehung von Abfall, Verschmutzung und Kohlenstoffemissionen minimiert. Die Kreislaufwirtschaft zielt darauf ab, Produkte, Ausrüstung und Infrastruktur länger in Gebrauch zu halten und so die Produktivität dieser Ressourcen zu verbessern. Alle "Abfälle" sollen zu "Nahrung" für einen anderen Prozess werden: entweder als Nebenprodukt oder wiedergewonnene Ressource für einen anderen industriellen Prozess oder als regenerative Ressourcen für die Natur (z.B. Kompost). Dieser regenerative Ansatz steht im Gegensatz zur traditionellen linearen Wirtschaft, die ein "Nehmen, Herstellen, Entsorgen"-Modell der Produktion hat³⁹.



In diesem Kapitel zur Produktpolitik informieren wir Sie über die folgenden Themen und warum sie für die Verbraucherinnen und Verbraucher von Bedeutung sind:

- Öko-Design
- Energie-Kennzeichnung
- Das EU-Umweltzeichen
- Länger haltbare und besser reparierbare Produkte
- Die Rolle besserer Verbraucherrechte für eine verlängerte Produktlebensdauer
- Durchsetzung der produktpolitischen Regeln auf nationaler Ebene
- Bevorstehende politische Initiativen im Rahmen des zweiten Aktionsplans zur Kreislaufwirtschaft, den die EU in den kommenden Jahren entwickeln und umsetzen will

Wir nehmen keine umfassenden Informationen über Chemikalien auf, da dieses Thema aufgrund seiner komplexen Natur eine eigene Schulung erfordern würde. Für diejenigen Expertinnen und Experten, die an diesem Bereich interessiert sind, kann das BEUC jedoch Fachwissen zu diesem Thema zur Verfügung stellen:

- Der EU-Rechtsrahmen für Chemikalien
- Chemikalien in Konsumgütern wie Kosmetika, Spielzeug, Textilien, Lebensmittelkontakt Materialien etc.

- Unzulänglichkeiten bei der nationalen Durchsetzung der Anforderungen an Chemikalien für Verbraucherprodukte und damit verbundene Gefahren für Verbraucherinnen und Verbraucher.
- Negative gesundheitliche Folgen im Zusammenhang mit Produkten, die sich negativ auf das Hormonsystem auswirken (so genannte endokrine Disruptoren) und wie die Exposition in unserem täglichen Leben verringert werden kann.

6.2. Ökodesign und Energiekennzeichnung

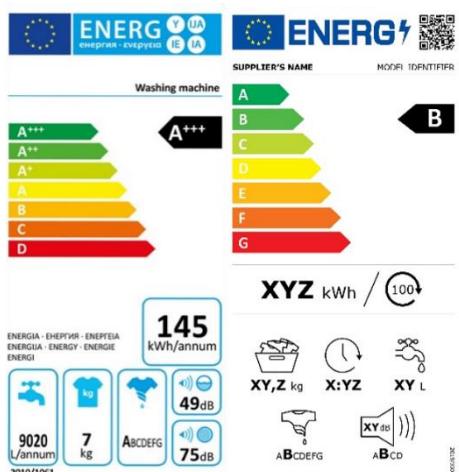
Jeden Monat geben Verbraucherinnen und Verbraucher einen beträchtlichen Teil ihres Budgets für den Energieverbrauch aus. Heute besitzen Verbraucherinnen und Verbraucher nicht nur energieintensivere Produkte wie Computer, Mobiltelefone und Fernseher, sondern sie nutzen sie auch täglich länger. Diese Entwicklung hat zu höheren Stromrechnungen geführt.

Gleichzeitig sehen sich die Verbraucherinnen und Verbraucher oft mit Produkten konfrontiert, die kurz nach Ablauf der Garantie nicht repariert werden können, die zu schnell ausfallen oder die wegen nicht verfügbarer Ersatzteile nicht repariert werden können. Viele Verbraucherinnen und Verbraucher müssen sich mit diesem frühzeitigen Ausfall von Produkten auseinandersetzen, der auch als "vorzeitige Veralterung" bezeichnet wird und eine zusätzliche Belastung für ihren Geldbeutel und die Umwelt darstellt.

Warum Ökodesign und Energiekennzeichnung für Verbraucherinnen und Verbraucher wichtig sind

Die europäische Ökodesign-Richtlinie schützt nicht nur die Umwelt, sondern hilft auch den Verbraucherinnen und Verbraucher, Geld zu sparen. Laut einer vom BEUC im Jahr 2016⁵⁰, in Auftrag gegebenen Umfrage kann ein durchschnittlicher EU-Haushalt bis zu 330 Euro pro Jahr sparen. Dies ist möglich dank Ökodesign und weil die Produkte im Laufe der Zeit

energieeffizienter geworden sind.



Left: the old label; right: the new one set to appear on appliances as of 2021.
Sources: European Commission

Ökodesign drängt auch auf leistungsfähigere Produkte in Bezug auf die Ressourceneffizienz über die gesamte Lebensdauer eines Produkts, z.B. durch Reparaturanforderungen. Es berücksichtigt auch die Qualität und den Komfort von Produkten und bietet den Verbraucherinnen und Verbrauchern mehr Informationen über die nachhaltige Nutzung von Produkten. Die Energiekennzeichnungsverordnung beauftragt die Europäische Kommission, Maßnahmen zur obligatorischen Kennzeichnung für bestimmte, energiebezogene Produktgruppen wie Waschmaschinen und Fernseher zu erlassen. Damit wird sichergestellt, dass

⁵⁰ http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-109benefits_of_ecodesign_for_eu_households_executive_summary.pdf

Verbraucherinnen und Verbraucher eine informierte Entscheidung über den Energieverbrauch von Produkten in der Nutzungsphase treffen.

Obwohl das Energietikett bereits seit Jahrzehnten existiert, wurden bei einer Überarbeitung im Jahr 2010 die Grundsätze der Transparenz und Verständlichkeit durch die Einführung der zusätzlichen Klassen A+, A++ und A+++ zusätzlich kompromittiert.

Da diese Änderungen dazu führten, dass einfache Botschaften an den Verbraucherinnen und Verbraucher - wie "Kaufen Sie grün" oder "Kaufen Sie A" - verloren gingen, untergrub die Verwirrung unter den Verbraucherinnen und Verbrauchern die Fähigkeit des Systems, die Märkte in Richtung effizienterer Geräte zu verändern. 2017 wurde ein neuer Rahmen für die Energiekennzeichnung verabschiedet, um das Etikett so schnell wie möglich mit der bekannten geschlossenen A-G-Kennzeichnungsskala zurückzubringen.

Politische Agenda auf EU-Ebene

Zu den wichtigsten verbraucherpolitischen Instrumenten auf der politischen Agenda der EU gehören die **Ökodesign-Richtlinie 2009/125/EG** und die **EU-Energieeffizierungsrichtlinie 2010/30/EU**. Diese beiden Instrumente decken energiebezogene Produkte ab, die von Waschmaschinen über Staubsauger bis hin zu Heizkesseln reichen.

Im März 2020 startete die EU ihren **Aktionsplan zur Kreislaufwirtschaft**, in dem sie darlegte, dass nachhaltige Produktpolitik auch die Haltbarkeit, Aufrüstbarkeit, Reparierbarkeit und Wiederverwendbarkeit von Produkten berücksichtigen sollte und dass mehr Produkte von der Ökodesign-Richtlinie erfasst werden sollten, insbesondere IKT-Produkte und Textilien.



Der EU-Prozess zur **Verbesserung der Energieeffizienz** von Konsumgütern wurde 2005 eingeleitet, was zur Verabschiedung der Ökodesign-Richtlinie 2009/125/EG⁵¹ führte, die einen Rahmen für die Verbesserung der Umweltverträglichkeit von Produkten wie Haushaltsgeräten - von Staubsaugern bis hin zur Beleuchtung - schafft.

Im Rahmen der geltenden EU-Richtlinie zur umweltgerechten Gestaltung⁵² ist die Europäische Kommission beauftragt, nicht nur die Energieeffizienz, sondern auch die Ressourceneffizienz (Dauerhaftigkeit, Reparierbarkeit, Recyclingfähigkeit, Aufrüstbarkeit usw.) energieverbrauchsrelevanter Produkte zu regeln und Durchführungsmaßnahmen für die umweltgerechte Gestaltung⁵³ zu erlassen. Durch die Optimierung der Nachhaltigkeit von Produkten unter Beibehaltung ihrer funktionalen Eigenschaften soll die Ökodesign-Richtlinie

⁵¹ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32009L0125>

⁵² Richtlinie 2005/32/EG des Europäischen Parlaments und des Rates zur Schaffung eines Rahmens für die Festlegung von Anforderungen an die umweltgerechte Gestaltung energiebetriebener Produkte und zur Änderung der Richtlinie 92/42/EWG des Rates sowie der Richtlinien 96/57/EG und 2000/55/EG des Europäischen Parlaments und des Rates.

⁵³ Für eine Liste der abgedeckten Produktgruppen siehe: <https://ec.europa.eu/growth/single-market/european-standards/harmonised-standards/ecodesign/>

neue Möglichkeiten für Hersteller, Verbraucherinnen und Verbraucher und die Gesellschaft als Ganzes eröffnen.⁵⁴

Sowohl das Europäische Parlament als auch der Rat betonen die Bedeutung von Ökodesign und Energiekennzeichnung und haben die Kommission aufgefordert, einen neuen Ökodesign-Arbeitsplan (2020-2024) zu verabschieden, der auch neue Produktgruppen über energieverbrauchsrelevante Produkte hinaus, insbesondere IKT-Produkte, umfasst.

Auch der Europäische Rat und das Europäische Parlament haben betont⁵⁵, dass ein neuer Legislativvorschlag für einen kohärenten produktpolitischen Rahmen vorgelegt werden sollte, der eine längere Nutzung der Produkte ermöglicht und die Materialien so lange wie möglich im Wirtschaftskreislauf hält.

Politische Agenda auf nationaler Ebene

- Nationale Umsetzung der Ökodesign Richtlinien durch das Energiebetriebene-Produkte-Gesetz (EBPG) ([Quelle: BMU](#))
- Nationale [Energieeffizienzstrategie 2050](#)
- Untersuchung der Entwicklung der [Energieeffizienz](#)
- Deutsches Ressourceneffizienzprogramm [ProgRes III](#)
- Umsetzung der Rahmenverordnung zur Energieverbrauchskennzeichnung in Deutschland durch [Energieverbrauchskennzeichnungsgesetzes \(EnVKG\)](#) und Novellierung der [Energieverbrauchskennzeichnungsverordnung \(EnVKV\)](#)
- [Gesetz](#) über die umweltgerechte Gestaltung energieverbrauchsrelevanter Produkte: Energieverbrauchrelevante-Produkte-Gesetz (EVPG)
- Beschluss innerhalb der Nachhaltigkeitsstrategie: Verdopplung der Rohstoffproduktivität bis 2020 gegenüber 1994

Beteiligung von Verbraucherorganisationen

a) Als Interessenvertreter zu Ökodesign-Kriterien und -Regelungen beitragen –

Die Ökodesign-Gesetzgebung sieht vor, dass die Europäische Kommission im Prozess der Festlegung und Überarbeitung von Produktkriterien für Ökodesign und Umweltzeichen die Interessenvertreter, einschließlich Verbraucherorganisationen, konsultiert.

Artikel 18 der Ökodesign-Richtlinie legt dies fest:

⁵⁴ Siehe Ökodesign-Arbeitsplan 2012-2014, Arbeitsdokument der Kommissionsdienststellen, Aufstellung des Arbeitsplans 2012-2014 im Rahmen der Ökodesign-Richtlinie, S.1

⁵⁵ Siehe Resolution vom 15. Januar 2020 als Antwort auf die Mitteilung der Europäischen Kommission über einen Europäischen Grünen Deal

"Die Kommission stellt sicher, dass sie bei der Durchführung ihrer Tätigkeiten bei jeder Durchführungsmaßnahme auf eine ausgewogene Beteiligung der Vertreter der Mitgliedstaaten und aller an dem betreffenden Produkt/der betreffenden Produktgruppe interessierten Kreise, wie Industrie, einschließlich KMU und Handwerk, Gewerkschaften, Händler, Einzelhändler, Importeure, Umweltschutzgruppen und Verbraucherorganisationen, achtet."

Mit der Erstellung des neuen Arbeitsplans 2020-2024 haben die Verbraucherorganisationen die Möglichkeit, zur Festlegung neuer Kriterien für Produktgruppen beizutragen, die noch nicht vom Ökodesign abgedeckt sind, wie z.B. IKT-Produkte, sowie zur Überarbeitung bestehender Maßnahmen und zur Gewährleistung verbindlicher Vorschriften.

Über das Konsultationsforum für Ökodesign und Energieverbrauchskennzeichnung, ein offizielles Forum, in dem diese Politiken mit Interessenvertretern diskutiert werden, haben Verbraucherorganisationen die Möglichkeit, sich zu horizontalen Fragen zu äußern, u.a:

- den Arbeitsplan 2020-2024
- die Methode zur Entwicklung von Ökodesign-Kriterien (MEErP)
- das Punktesystem für die Reparatur
- die mögliche Überarbeitung der Ökodesign-Richtlinie 2009/125/EG
- die Wirksamkeit der Marktüberwachung

b) Kommunikation der neuen Systeme und Siegel - Aufgrund der Änderungen durch die Kennzeichnung und weil verschiedene Siegel nebeneinander existieren werden, werden Information und Aufklärung der Verbraucherinnen und Verbraucher notwendig und sind von größter Bedeutung, um den Verbraucherinnen und Verbrauchern zu helfen, sich besser vertraut zu machen.

c) Fürsprache gegenüber politischen Entscheidungsträgern - Die Interessen der Verbraucherinnen und Verbraucher müssen von den politischen Entscheidungsträgern bei der Entwicklung von Energiekennzeichnungsmaßnahmen gut berücksichtigt werden. Dies kann erreicht werden durch:

- Beitrag zu den technischen Vorbereitungsarbeiten und Teilnahme an Treffen von Interessengruppen, wenn die Etiketten neu skaliert werden.
- Beratung der Europäischen Kommission in der Frage, wie die Vorteile des Energielabels für die Verbraucherinnen und Verbraucher besser kommuniziert werden können.
- Teilnahme an Projekten zur Förderung des Energielabels. Beispielsweise sind Verbraucherinnen und Verbraucherorganisationen beteiligt und leiten das Projekt BELT⁵⁶, "Boost the Energy Label Take up" zur Förderung der Einführung effizienterer energiebezogener Produkte.

⁵⁶ <https://www.belt-project.eu/>

Weitere Ressourcen - Factsheets, Publikationen, Links

- **BELT - die Einführung von Energielabels fördern:** <https://www.belt-project.eu/>
- BELT ist ein vom EU-Programm Horizon 2020 finanziertes Projekt, das die Einführung effizienterer energiebezogener Produkte fördern soll. Das Ziel ist es, die Übergangszeit vom alten zum neuen Energielabel zu erleichtern. Dank BELT wird der Übergangsprozess zum neu skalierten Etikett durch die Bereitstellung von Schulungen und technischen Anleitungen für Hersteller, Vertreiber und Einzelhändler erleichtert. Durch klare und gezielte Kommunikationskampagnen werden Verwirrung und Irrtümer bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern und den Mitarbeitern des öffentlichen und geschäftlichen Beschaffungswesens vermieden. Weitere Ergebnisse des Projekts werden zu einem späteren Zeitpunkt beim BEUC erhältlich sein.
- **Finanzielle Einsparungen durch Ecodesign, eine vom BEUC in Auftrag gegebene Studie:**
<http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-109-benefits-of-ecodesign-for-eu-households-executive-summary.pdf>
- Schlüsselergebnisse:
 - Die Verbraucherinnen und Verbraucher sparen dank Ecodesign jedes Jahr bis zu 330 Euro. Das liegt daran, dass die EU-Gesetze es den Herstellern ermöglicht haben, weniger energieverbrauchende Produkte herzustellen.
 - Die Einsparungen der Verbraucherinnen und Verbraucher können sich auf über 450 € pro Jahr erhöhen, wenn sie sich für ein Produkt entscheiden, das in der Spitzenklasse des Energielabels liegt.
 - Ökodesign kann auch dazu beitragen, Verbraucherprodukte zu verbessern, z.B. Staubsauger leiser zu machen.
- **BEUC Factsheet zum Energielabel** - <https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2017-120-new-energy-label-back-to-the-a-g-scale.pdf>
 - Im März 2017 haben die Institutionen der Europäischen Union das Energielabel aktualisiert. Künftig werden die Verbraucherinnen und Verbraucher von einer einfacheren A-G-Skala profitieren, die die verwirrenden Klassen A+, A++ und A+++ ersetzt. Dieses Factsheet beleuchtet die wichtigsten Änderungen, positiven Aspekte und Herausforderungen, die mit der Neuskalierung einhergehen werden.

6.3.Umweltzeichen

Das EU-Umweltzeichen wurde 1992 als ein europaweites freiwilliges Zeichen eingeführt, das den Verbraucherinnen und Verbrauchern umweltfreundlichere und gesündere Entscheidungen erleichtern soll.

Inzwischen tragen mehr als 77.000 Produkte und Dienstleistungen in 24 verschiedenen Kategorien das Umweltzeichen, eine Zahl, die sich seit 2016 fast verdoppelt hat. Sie reichen von Babykleidung und Reinigungsprodukten bis hin zu Fernsehern, Farben, Shampoos, Holzböden, Kopierpapier oder Unterkünften. Produkte und Dienstleistungen müssen eine Liste von umwelt- und gesundheitsbezogenen Kriterien erfüllen, um das Blumenlogo tragen



zu dürfen, die von der Haltbarkeit des Produkts bis zur Exposition gegenüber giftigen Chemikalien reichen.

In der EU gibt es andere national oder regional offiziell anerkannte Umweltzeichen, die dem EU-Umweltzeichen gleichwertig sind, wie zum Beispiel der Nordische Schwan in den nordischen Ländern, der Blaue Engel in Deutschland oder das österreichische Umweltzeichen⁵⁷.



Warum Umweltzeichen für Verbraucherinnen und Verbraucher wichtig sind

Das Umweltzeichen hilft den Verbraucherinnen und Verbrauchern, leicht diejenigen Produkte und Dienstleistungen zu erkennen, die tendenziell zu den 10-20% der umweltfreundlichsten gehören. 8 von 10 Käufern, die das EU-Umweltzeichen kennen, vertrauen ihm bereits⁵⁸.

Das Umweltzeichen drängt die Hersteller dazu, noch einen Schritt weiter zu gehen. Tatsächlich können nur solche Produkte mit dem Umweltzeichen ausgezeichnet werden, die bessere Leistungen für Umwelt und Gesundheit erbringen als gesetzlich vorgeschrieben. Die Unternehmen müssen die Auswirkungen des Produkts oder der Dienstleistung unter Berücksichtigung ihres gesamten Lebenszyklus von der Produktion bis zum Recycling oder zur Entsorgung berücksichtigen und sicherstellen, dass die Produkte die Leistungsschwellenwerte für hohe Qualität einhalten.

Das Umweltzeichen ist ein Maßstab für Unternehmen, die ihre Produkte verbessern wollen, auch wenn sie sich nicht um das Umweltzeichen bewerben. Es spielt eine wichtige Rolle innerhalb des breiteren produktpolitischen Rahmens der EU als Instrument, um den Markt anzukurbeln, was bedeutet, dass die Verbraucherinnen und Verbraucher rundum bessere und umweltfreundlichere Produkte und Dienstleistungen erhalten. Das Siegel ist zuverlässig – Hersteller können das Siegel nur dann verwenden, wenn eine nationale Behörde überprüft hat, dass das Produkt oder die Dienstleistung tatsächlich „grün“ ist. Dazu stellen sie sicher, dass das Produkt die Anforderungen erfüllt, die regelmäßig entsprechend dem technologischen Fortschritt aktualisiert werden.

⁵⁷ Für eine Bestandsaufnahme anderer nationaler, offiziell anerkannter Labels in der EU kann [diese Studie der Kommission](#) konsultiert werden.

⁵⁸ [Special Eurobarometer 468: Attitudes of European citizens towards the environment](#), NOVEMBER 2017.

Politische Agenda der EU

Der neue **Aktionsplan "Kreislaufwirtschaft"** hat wichtige regulatorische und nicht-regulatorische Initiativen vorgeschlagen, die auf den Anforderungen der EU-Umweltzeichenverordnung Nr. 66/2010 für verschiedene Produktgruppen und Dienstleistungen aufbauen können. Insbesondere der **Rahmen für eine nachhaltige Produktpolitik** wird die Ökodesign-Richtlinie über energiebezogene Produkte hinaus erweitern. Sie könnte bestehende Umweltzeichen-Kriterien integrieren, die die Haltbarkeit oder den Ersatz gefährlicher Chemikalien in Produkten wie Textilien oder Möbeln betreffen.

Es werden neue legislative und nicht-regulatorische Maßnahmen vorgeschlagen, um die Verbraucherinnen und Verbraucher besser mit zuverlässigen und vertrauenswürdigen Informationen über die Nachhaltigkeit von Produkten zu unterstützen, was eine gute Gelegenheit zur Stärkung des EU-Umweltzeichens sein könnte. Insbesondere sollen Unternehmen aufgefordert werden, ihre umweltfreundlichen Behauptungen zu begründen, und es sollen Mindestanforderungen für Nachhaltigkeitslabels festgelegt werden. Eine separate Gesetzesinitiative ist ebenfalls vorgesehen, um die Verbraucherinnen und Verbraucher besser vor Greenwashing zu schützen.

Die Kommission erweitert derzeit den Geltungsbereich des EU-Umweltzeichens, um nachhaltige Finanzprodukte für Privatkunden (z.B. Sparkonten oder Investmentfonds) und alle Kosmetika abzudecken. Der Arbeitsplan 2020-2022 könnte auch die Einbeziehung zusätzlicher Dienstleistungen in Betracht ziehen, wie z.B. erneuerbare Energie aus neuen Anlagen oder Photovoltaik-Paneele. Über die Erweiterung des Umweltzeichen-Portfolios hinaus möchte sich die Kommission jedoch darauf konzentrieren, dass die Industrie die bestehenden Kriterien verstärkt anwendet. Sie wird verstärkte Marketing- und Kommunikationsaktivitäten gegenüber Verbraucherinnen und Verbrauchern und öffentlichen Beschaffern durchführen. Sie wird auch die Akzeptanz des Zeichens durch finanzielle Anreize, wie z.B. umweltorientiertes öffentliches Beschaffungswesen oder möglicherweise eine erweiterte Herstellerverantwortung, fördern. In diesem Prozess bemüht sich die Kommission um die Unterstützung der Mitgliedstaaten und anderer Interessengruppen wie Verbraucherorganisationen.

Die EU-Institutionen und die Mitgliedstaaten können Folgendes tun, um die Vergabe von Umweltzeichen zu fördern:

- Das öffentliche Bewusstsein steigern und Einzelhändler und Spaltenunternehmen durch verstärkte Marketinganstrengungen gewinnen.
- Das System stärken, indem mehr verbraucherrelevante Waren und Dienstleistungen sowie eine umweltfreundliche öffentliche Beschaffung aufgenommen werden.
- Mit gutem Beispiel vorangehen und umweltfreundliche Produkte beschaffen, die mit dem EU-Umweltzeichen oder gleichwertigen regionalen oder nationalen Zeichen wie dem Nordischen Schwan, dem Blauen Engel oder dem österreichischen Umweltzeichen zertifiziert sind.
- Die ökologische Exzellenz des Systems erhalten, indem ehrgeizige Kriterien in allen umwelt- und gesundheitsrelevanten Bereichen sichergestellt werden.
- Bereitstellung ausreichender personeller und finanzieller Ressourcen, um sicherzustellen, dass das System ordnungsgemäß funktioniert, und verstärkte

Zusammenarbeit mit regionalen und nationalen offiziell anerkannten Umweltzeichen, um die vorhandenen Ressourcen zu optimieren.

Politische Agenda auf nationaler Ebene

- Deutsches Umweltzeichen: [Blauer Engel](#)
 - Der Blaue Engel ist seit über 40 Jahren das Umweltzeichen der Bundesregierung
 - Weit verbreitet: Über 12.000 umweltfreundliche Produkte und Dienstleistungen von rund 1.600 Unternehmen sind mit dem Blauen Engel ausgezeichnet.
- Label im Energiebereich: [Grüner-Strom-Label](#), Nationales [Effizienzlabel](#) für Heizungssysteme, [OK-Power-Label](#)
- Übersicht aller Eco-Labels in Deutschland: [Ecolabel Index](#)

Beteiligung von Verbraucherorganisationen

Einige der Schlüsselrollen für Verbraucherorganisationen sind:

- **Die Behörden anzustoßen, mehr Werbeaktivitäten durchzuführen**, die das Bewusstsein der Verbraucherinnen und Verbraucher für das Umweltzeichen schärfen und den öffentlichen Druck für Waren und Dienstleistungen, die das Logo tragen, erhöhen.
- **Die Forderung, dass Einzelhändler und Unternehmen den Verbraucherinnen und Verbrauchern mehr Produkte mit Umweltzeichen anbieten** und ihre Umweltaussagen durch zuverlässige Zertifizierungssysteme, wie das EU-Umweltzeichen, untermauern.
- **Beteiligung an Festlegung der Kriterien**, um sicherzustellen, dass nur Produkte von herausragender Umweltfreundlichkeit die EU-Blume tragen. Als Mitglied des Ausschusses für das EU-Umweltzeichen hat das BEUC ein Mitspracherecht bei der Entwicklung der Kriterien für das Umweltzeichen und liefert den Verbraucherorganisationen Beiträge zum Entscheidungsprozess. Im Ausschuss für das EU-Umweltzeichen kommen auch die Europäische Kommission, die Mitgliedstaaten, Umwelt-NRO, die Industrie und der Einzelhandel zusammen.
- **Dazu beitragen, das EU-Umweltzeichen bekannter zu machen⁵⁹ und die Verbraucherinnen und Verbraucher darüber aufzuklären**, welchen Zeichen sie vertrauen und welche Unternehmen bei ihren Produkten „greenwashing“ betreiben. Mit der steigenden Nachfrage nach nachhaltigeren Produkten gab es einen Anstieg verschiedener Initiativen zur Kennzeichnung dieser Produkte sowie ein verstärktes

⁵⁹ Die Kommission hat ein digitales Toolkit mit relevantem Informations- und Kommunikationsmaterial für Organisationen entwickelt, die an der Förderung des EU-Umweltzeichens interessiert sind. Das BEUC schlägt regelmäßig Kommunikationsmaterialien vor, die von Verbraucherorganisationen genutzt werden können, wie z.B. die Frühjahrskampagne für Wasch- und Reinigungsmittel oder die Ferienkampagne für Touristenunterkünfte. Interessierte Organisationen können das BEUC-Sekretariat für alle Fragen und Informationen kontaktieren, die zur Förderung des EU-Umweltzeichens benötigt werden.

"Greenwashing", das die Verbraucherinnen und Verbraucher dazu verleitet, Waren zu kaufen, die nicht so grün sind, wie sie behaupten. Inzwischen sind weltweit über 500 solcher Labels in Gebrauch⁶⁰ und 3 von 4 Produkten in der EU⁶¹ weisen einen Umweltanspruch auf. Infolgedessen fühlen sich die Verbraucherinnen und Verbraucher oft verloren, wenn sie zwischen mehreren "grünen" Optionen wählen müssen, und entscheiden sich möglicherweise unbeabsichtigt für ein Produkt, das bei weitem nicht "grün" oder ethisch unbedenklich ist.

Further resources on ecolabel

- **BEUC Factsheet on EU Ecolabel** - https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2017-056_ecolabel_factsheet.pdf
- **EU Ecolabel facts, figures and graphics** - <https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/facts-and-figures.html>
- **EU infographic on Ecolabel** - https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/documents/label_you_can_trust.pdf

6.4. Vorzeitige Obsoleszenz

Warum vorzeitige Obsolenz für Verbraucherinnen und Verbraucher wichtig ist

Die derzeitigen Verbrauchsmuster sind durch zwei Trends gekennzeichnet: Die Verbraucherinnen und Verbraucher besitzen mehr Produkte als in der Vergangenheit, und teilweise werden sie nur für kürzere Zeiträume genutzt. Kürzere Nutzungszeiten und schnellere Austauschraten führen zu einem zunehmenden Druck auf die Ressourcen. Studien, die die Nutzungsdauer von Produkten analysieren, stellen fest, dass diese in den letzten Jahren rückläufig ist. Die Motive der Verbraucherinnen und Verbraucher, Produkte häufiger als in der Vergangenheit zu ersetzen, sind jedoch noch nicht vollständig geklärt. Möglicherweise hängt dies mit veränderten Verbraucherpräferenzen, früh versagenden Produkten und dem Marketingdruck zusammen, der das Konsumverhalten antreibt. Bemerkenswert ist, dass trotz der Tatsache, dass einige Produkte nach kurzer Gebrauchszeit ersetzt werden, mehrere Studien darauf hinweisen, dass die Verbraucherinnen und Verbraucher wünschen, dass die Produkte wesentlich länger halten⁶², und dass

⁶⁰ Gruère, G (2013), "A Characterisation of Environmental Labelling and Information Schemes", OECD Environment Working Papers, No. 62, OECD Publishing, Paris.

⁶¹ Ibid

⁶² Arbeiterkammer Wien: Die Nutzungszeit und Veralterung langlebiger Güter im Zeitalter der Beschleunigung. Eine empirische Untersuchung unter österreichischen Haushalten.

Informationen über die Haltbarkeit der Produkte für sie von Bedeutung sind⁶³. Darüber hinaus sind viele Verbraucherinnen und Verbraucher frustriert, wenn die von ihnen gekauften Produkte nicht ihren Erwartungen entsprechen⁶⁴. Zu oft gehen Waren, die für einen bequemen Lebensstil benötigt werden, wie Waschmaschinen⁶⁵, elektrische Zahnbürsten⁶⁶, Fernseher⁶⁷, Drucker und Smartphones⁶⁸ kurz nach Ablauf der Garantiezeit⁶⁹ kaputt und können nicht repariert werden, was die Budgets der Verbraucherinnen und Verbraucher und die Umwelt zunehmend belastet, insbesondere wenn man berücksichtigt, dass bei verschiedenen Produktgruppen ein frühzeitiger Ausfall auftritt und zu kombinierten Effekten führen kann.

Veralterung/Obsoleszenz ist ein vielschichtiges Problem und kann absichtliches und unabsichtliches Versagen von Produkten aufgrund von schlechtem Design, der fehlenden Kompatibilität mit neuen Softwareupdates oder der fehlenden Möglichkeit, gewartet oder repariert zu werden, umfassen. Manchmal gibt es auch Unzufriedenheit der Verbraucherinnen und Verbraucher mit der aktuellen Funktionsweise eines Produkts, was dazu führt, dass es ersetzt wird, während es noch funktioniert.

Politische Agenda auf EU-Ebene

Die EU hat mit ihren Aktionsplänen zur Kreislaufwirtschaft begonnen, das Problem der frühzeitigen Produktausfälle anzugehen (siehe Einleitung und Kapitel über Ökodesign oben). Er enthält einen Anhang mit einem Zeitplan und sehr konkreten Maßnahmen, die in den kommenden Jahren umgesetzt werden und die den Verbraucherorganisationen viele Möglichkeiten bieten, mit konkreten Vorschlägen zu Verbesserungen beizutragen⁷⁰.

⁶³ Europäische Kommission (2013): Flash Eurobarometer 367 - Die Einstellung der Europäer zum Aufbau des Binnenmarktes für Produkte gab an, dass "mehr als neun von zehn Befragten zustimmten, dass die Lebensdauer der auf dem Markt erhältlichen Produkte angegeben werden sollte (92%): http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_367_en.pdf

⁶⁴ Etwa ein Drittel aller Waschmaschinen und Kühlschränke und ein Viertel aller Staubsauger, die jedes Jahr in Großbritannien ausgetauscht werden, erfüllen nicht die Erwartungen der durchschnittlichen Kunden an die Lebensdauer der einzelnen Produkte. Siehe WRAP: Eingeschaltet auf Value. Warum die Verlängerung der Lebensdauer von Geräten und Unterhaltungselektronikprodukten und der Handel mit gebrauchten Produkten Verbrauchern, Einzelhändlern, Lieferanten und der Umwelt zugute kommen können, <http://www.wrap.org.uk/content/switched-value>.

In einer Umfrage der AK Wien bei österreichischen KonsumentInnen gaben 45% der Befragten an, mit der aktuellen Produktlebensdauer zufrieden zu sein, aber fast 30% geben an, eher unzufrieden zu sein.

http://media.arbeiterkammer.at/wien/PDF/studien/Bericht_Produnkt Nutzungsdauer.pdf

⁶⁵ http://www.beuc.eu/documents/files/FC/durablegoods/articles/1014_DECO_Portugal.pdf

⁶⁶ http://www.beuc.eu/documents/files/FC/durablegoods/articles/1013_Test_Achats_Belgium.pdf

⁶⁷ http://www.beuc.eu/documents/files/FC/durablegoods/articles/0913_Stiftung_Warentest_Germany.pdf

⁶⁸ http://www.beuc.eu/documents/files/FC/durablegoods/conference/presentations/Gerjan_int_Veld.pdf

⁶⁹ Während keine statistischen Daten über Ausfallraten für die gesamte EU vorliegen, forscht das Umweltbundesamt über die Produktlebensdauer. Vorläufige Ergebnisse deuten darauf hin, dass die Zahl der Kleingeräte, die keine Lebensdauer von 5 Jahren erreichen, zunimmt und dass die Lebensdauer von Großgeräten - obwohl sie immer noch über zehn Jahre liegt - abnimmt. Darüber hinaus erreichten über 10% der Waschmaschinen im Jahr 2013 nur noch eine Lebensdauer von 5 Jahren oder weniger im Vergleich zu 6% im Jahr 2004. Siehe:

http://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/378/publikationen/texte_10_2015_einfluss_der_nutzungsdauer_von_produkten_auf_ihre_umwelt_obsoleszenz_17.3.2015.pdf

Prakash, Siddharth; Stamminger Rainer & Ines Oehme (2015): Faktencheck Obsoleszenz: Analyse der Entwicklung der Lebens- und Nutzungsdauer von ausgewählten Elektro- und elektronikgeräten. In: Brönneke, Tobias und Andrea Wechsler: Obsoleszenz interdisziplinär. Vorzeitiger Verschleiß aus Sicht von Wissenschaft und Praxis.

⁷⁰ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020DC0098&from=EN>

Darüber hinaus haben einige EU-Länder bereits Maßnahmen zu Aspekten ergriffen, mit denen ein vorzeitiges Veralten angegangen werden kann:

- Längere Garantien für einige Produktkategorien (Niederlande, Finnland, Schweden, Island, Norwegen, Irland und das Vereinigte Königreich).
- Gesetzliches Verbot geplanter Veralterung in Frankreich und jüngste Durchsetzungsmaßnahmen, die in Italien⁷¹ und in Frankreich⁷² von den nationalen Behörden auf der Grundlage der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken ergriffen wurden.
- Niedrigere Mehrwertsteuer für Reparaturarbeiten in Schweden.

Wieder andere Länder haben gefordert, dass die Probleme auf europäischer Ebene angegangen werden

(Belgien und Deutschland). Aus diesem Grund wurde im Aktionsplan zur Kreislaufwirtschaft ausdrücklich erwähnt, der geplanten Überalterung entgegenzuwirken. Der EU-Aktionsplan zur Kreislaufwirtschaft enthält auch Pläne für anstehende Maßnahmen. Beispiele sind:

- **Mehr Produkte sollen nachhaltig werden.** Dank des künftigen "Rahmenwerks für eine nachhaltige Produktpolitik" werden voraussichtlich viel mehr Verbraucherprodukte - wie Smartphones und Computer - langlebiger, wiederverwendbar, aufrüstbar, reparierbar und recycelbar sein.
- Es wird erwartet, dass **stark umweltverschmutzende Sektoren** - wie Textilien und Gebäude - Rohstoffe effizienter nutzen werden. Der Ansatz, Regeln für bestimmte Sektoren zu entwickeln, orientiert sich an dem viel diskutierten Verbot von Einwegkunststoffen, das die EU-Institutionen im vergangenen Jahr in Rekordzeit durchgesetzt haben.
- **Das "Recht der Verbraucherinnen und Verbraucher auf Reparatur"** wird einen Auftrieb erhalten. Es müssen mehr Verbraucherprodukte leicht zu reparieren und nachzurüsten sein. Smartphones, Kaffeemaschinen und Drucker sollten Prioritäten sein, da sie auf der Liste der Verbraucherbeschwerden in ganz Europa ganz oben stehen.
- **Die Verbraucherinnen und Verbraucher werden zuverlässigere Informationen über Haltbarkeit und Reparierbarkeit erhalten.** So werden Unternehmen in Zukunft beispielsweise am Verkaufspunkt offen legen müssen, wie lange ihre Produkte halten oder wie lange Ersatzteile verfügbar sein werden.
- **Die Verbraucherinnen und Verbraucher werden besser vor "Greenwashing" und vorzeitiger Veralterung geschützt sein.** Beispielsweise will die Europäische Union besser gegen unbegründete Umweltaussagen und ungerechtfertigte Veralterungsfälle vorgehen.

⁷¹ Im Jahr 2018 verhängte die italienische Verbraucher- und Wettbewerbsbehörde (AGCM) gegen Apple und Samsung Geldbußen in Höhe von 10 bzw. 5 Millionen Euro wegen unlauterer Geschäftspraktiken (weitere Informationen finden Sie [hier](#)). Im Mai 2020 wurde die Entscheidung gegen Apple vom Gericht von Latium in Italien bestätigt (siehe das Urteil [hier](#)).

⁷² Im Februar 2020 verhängte die französische Behörde (DGCCRF) gegen Apple eine Geldbuße in Höhe von 25 Millionen Euro, weil das Unternehmen die Verbraucher nicht darüber informiert hatte, dass ihr iPhone-Update die Leistung des Geräts beeinträchtigt, was eine unlautere Geschäftspraxis darstellte (weitere Informationen finden Sie [hier](#)).



- **Gefährliche Chemikalien** werden bekämpft, damit sie nicht in recycelten Produkten persistieren.

Die Europäische Kommission setzt sich für die Schaffung einer Kultur der Reparatur ein, und die jüngsten Umsetzungsmaßnahmen der Ökodesign-Richtlinie zeigen, dass konkrete Maßnahmen ergriffen werden können, um die Lebensdauer von Produkten zu verlängern, indem "Reparatur" ermöglicht wird. Für mehrere Produktkategorien muss die Ersatzteilversorgung über die Zeit aufrechterhalten werden, und Informationen über Reparatur und Wartung müssen zugänglich sein.

Aufbauend auf den bestehenden Maßnahmen kann das europäische "Recht auf Reparatur", das zunächst auf IKT-Produkte angewandt wird, zusätzlich folgende Aspekte abdecken:

- Zugänglichkeit von Ersatzteilen, mindestens so lange wie die erwartete Lebensdauer der Produkte. Die Ausweitung von Ersatzteilen auf Softwareteile ist möglich und gilt derzeit für Unternehmensserver.
- Zugänglichkeit von Reparatur- und Wartungshandbüchern
- Reparaturfreundliches Design mit leichtem Zugang zu reparaturbedürftigen Teilen
- Informationen über die Reparierbarkeit von Produkten am Verkaufsstand, Möglichkeit in Form eines Reparatur-Scores.

Politische Agenda auf nationaler Ebene

Politische Agenda auf nationaler Ebene

- [Umweltbundesamt](#): Strategien gegen Obsoleszenz
- Strategie zur [Entsorgung und Kreislaufwirtschaft](#), mit Kreislaufwirtschaftsgesetz
- [Rohstoffgipfel 2019](#) im Zeichen zirkulärer Wirtschaft
- [Gesetzentwurf](#) zur Umsetzung der Abfallrahmenrichtlinie
- Abfallvermeidungsprogramm: [Wertschätzen statt Wegwerfen](#)
- [Papieratlaswettbewerb](#) -> Recyclingpapierfreundlichste Stadt
- Umweltfreundliche [öffentliche Beschaffung](#)
 - Kompass Nachhaltigkeit
- [Beschluss](#): Verbot von Wegwerfprodukten aus Plastik

Rolle der Verbraucherorganisationen

Angesichts der Komplexität dieses Themas sind Verbraucherorganisationen zusammen mit Akademikern und professionellen Reparaturwerkstätten an einem Forschungsprojekt⁷³

⁷³ <https://prompt-project.eu/>



PROMPT beteiligt, bei dem es um die Entwicklung eines Testprogramms für vorzeitiges Veralten geht, mit Piloten für Mobiltelefone, Staubsauger, Fernseher und Waschmaschinen.

Das Projekt PROMPT hat folgende Ziele

- Konsolidierung von Verbraucherbeschwerden über Produkte mit unzureichender Haltbarkeit und Reparierbarkeit durch Online-Plattformen zur Sammlung von Rückmeldungen über frühzeitig ausgefallene Produkte und einen Web-Crawler, der in der Lage ist, Verbraucherbewertungen von Produkten auf Online-Einzelhandelsplattformen zu scannen.
- Bereitstellung einer Testmethode, die es ermöglicht, leistungsschwache Produkte zu kennzeichnen, um die Wahl der Verbraucherinnen und Verbraucher zu orientieren.
- Information der Industrie über bewährte Verfahren und Designstrategien zur Vermeidung vorzeitiger Veralterung.

Weitere Ressourcen zur vorzeitigen Obsoleszenz:

- **BEUC Factsheet zur vorzeitigen Obsoleszenz:**
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2018-057_premature_obsolescence.pdf
- **Neuer EU-Aktionsplan zur Kreislaufwirtschaft:**
https://ec.europa.eu/environment/circular-economy/pdf/new_circular_economy_action_plan.pdf
- **PROMPT-Faktenblatt:**
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-063_prompt_testing_products_to_promote_longer_lifetime.pdf

Nationale Beispiele oder Instrumente - Umweltzeichen und Energiekennzeichnung, Ökodesign und vorzeitiges Veralten

Vorzeitige Obsoleszenz

Belgien - Die Verbraucherorganisation Test-Achats führte eine Video-Sensibilisierungskampagne mit dem Titel "[trop vite usé](#)" durch, die auf vorzeitigen Bruch und Irreparabilität von Produkten aufmerksam machte und die Verbraucherinnen und Verbraucher dazu brachte, sich für Produkte zu entscheiden, die sie gekauft haben und die zu früh kaputt gingen.



Verbraucherberatung zu Produkten:

Frankreich - Ratschläge für Verbraucherinnen und Verbraucher zur [Senkung des Energieverbrauchs durch Produkte](#).

Spanien - Eine [Studie zum Vergleich von Plattformen](#) für den Kauf und Verkauf von Gebrauchtwaren.

7. DURCHSETZUNG – PRODUKTNACHHALTIGKEIT

7.1. Irreführende grüne Behauptungen über Produkte und mögliche Durchsetzungsprobleme

Warum Verbraucherrechte für Verbraucherinnen und Verbraucher wichtig sind

Immer mehr Händler machen sich das wachsende Interesse der Verbraucherinnen und Verbraucher an Umweltfragen zunutze und nutzen grüne Claims, um sich von ihren Konkurrenten abzusetzen. Laut dem EU-Verbraucherbarometer⁷⁴ vom November 2019 sind mehr als die Hälfte der EU-Verbraucherinnen und Verbraucher beim Einkauf für Umweltaussagen empfänglich.

Die Verbraucherinnen und Verbraucher sehen sich mit einer Vervielfachung von Umweltaussagen konfrontiert. Dies führt zu Verwirrung und Misstrauen unter den Verbraucherinnen und Verbrauchern und gefährdet ihren aktiven Beitrag zum Übergang zu einer grünen Wirtschaft. Laut einer Eurobarometer-Umfrage, die im März 2020⁷⁵ veröffentlicht wurde und sich auf Umweltaussagen im Bekleidungssektor konzentriert, ist eine Mehrheit der Verbraucherinnen und Verbraucher der Meinung, dass viele Produkte umweltfreundlich sind, vertraut aber möglicherweise nicht darauf, dass diese Aussage der Wahrheit entspricht.

Politische Agenda auf EU-Ebene

Auf EU-Ebene ist die Richtlinie **über unlautere Geschäftspraktiken** (Richtlinie 2005/29/EG, UCPD)⁷⁶ die wichtigste horizontale Gesetzgebung, die für grüne Forderungen gilt. Sie ist der Bezugspunkt, anhand dessen festgestellt wird, ob eine Behauptung entweder in ihrem Inhalt oder in der Art und Weise, wie sie den Verbraucherinnen und Verbrauchern präsentiert wird, irreführend ist. Abgesehen von dem allgemeinen Verbot irreführender Praktiken sind mehrere für grüne Behauptungen relevante Praktiken in Anhang 1 der Richtlinie auf einer schwarzen Liste aufgeführt.

Als Versuch, die Wirksamkeit der UCPD in Bezug auf irreführende Umweltaussagen zu verbessern, aktualisierte die EU 2016 auch den **UCPD-Leitfaden**⁷⁷ auf der Grundlage der Arbeit der Multi-Stakeholder-Gruppe und der von mehreren nationalen Gremien veröffentlichten Leitfäden.

⁷⁴https://ec.europa.eu/info/publications/consumer-conditions-scoreboard-consumers-home-single-market-2019-edition_en

⁷⁵<https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/survey/getSurveydetail/instruments/special/surveyky/257>

⁷⁶ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32005L0029>

⁷⁷ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52016SC0163>



Neben der UCPD haben auch andere spezifische EU-Gesetzgebungen Auswirkungen auf umweltbezogene Behauptungen (z.B. Richtlinie 2012/27 über Energieeffizienz, Richtlinie 2010/31/EU über die Gesamtenergieeffizienz von Gebäuden usw.).

Im September 2019 hob Präsident van der Leyen in ihrem Missionsbrief an den neuen Justizkommissar Reynders⁷⁸, die Notwendigkeit hervor, "neue Wege zu finden, um die Verbraucherinnen und Verbraucher in die Lage zu versetzen, sachkundige Entscheidungen zu treffen und eine aktive Rolle beim grünen Übergang zu spielen". Im Dezember 2019 wurde in der **Mitteilung zum Europäischen Green Deal**⁷⁹ darauf hingewiesen, dass "verlässliche, vergleichbare und überprüfbare Informationen (...) eine wichtige Rolle spielen, um Käufer in die Lage zu versetzen, nachhaltigere Entscheidungen zu treffen und das Risiko des Greenwashings zu verringern". Bei dieser Gelegenheit kündigte die Kommission ihr Ziel an, "ihre regulatorischen und nicht-regulatorischen Bemühungen zur Bekämpfung falscher grüner Behauptungen" zu verstärken. Im Januar 2020 widmete der EU-Verbrauchergipfel einen Workshop dem "Kampf gegen Greenwashing" und erörterte mögliche Lösungen, die die EU-Verbraucherpolitik anbieten kann, um irreführenden grünen Behauptungen entgegenzutreten. Im April 2020 veröffentlichte die EU-Kommission einen neuen **Aktionsplan zur Kreislaufwirtschaft**⁸⁰, der neue Maßnahmen zur Bekämpfung falscher Umweltaussagen enthält. Die Kommission kündigte auch ein neues gesetzgeberisches Instrument zur "Stärkung der Verbraucherinnen und Verbraucher für den grünen Übergang" an.

Politische Agenda auf nationaler Ebene

- Deutsche Umwelthilfe: Informationen über [Greenwashing](#)
- Umsetzung des [Gesetzes](#) gegen unlauteren Wettbewerb
- Instrumente und Möglichkeiten von produktbezogenen Umweltinformationen: [Broschüre](#) von BDI, UBA und BMU

Rolle der Verbraucherorganisationen

In Gesellschaften, in denen das Umweltbewusstsein der Verbraucherinnen und Verbraucher wächst, versuchen viele Händler, dies beim Verkauf ihrer Produkte auszunutzen. Sie machen Behauptungen, die sich nicht begründen lassen. Den Verbraucherorganisationen kommt eine Schlüsselrolle beim Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher vor solchen unlauteren Praktiken zu, insbesondere wie folgend:

- **Beobachtung des Marktes und Aufdeckung aller grünen Behauptungen**, die irreführend und daher illegal sein könnten: Verbraucherinnen und Verbraucher sind oft nicht in der Lage, unabhängig zu beurteilen, ob bestimmte Behauptungen der Wahrheit entsprechen oder nicht, und können leicht in die Falle von Produkten tappen, die nur vorgeben, umweltfreundlicher zu sein.

⁷⁸ https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/mission-letter-didier-reynders-2019_en.pdf

⁷⁹ https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/european-green-deal-communication_en.pdf

⁸⁰ https://ec.europa.eu/environment/circular-economy/pdf/new_circular_economy_action_plan.pdf



- **Produkte und Dienstleistungen testen:** Verbraucherorganisationen verfügen über ein einzigartiges Fachwissen, um beurteilen zu können, ob bestimmte umweltfreundliche Behauptungen belegt werden können, und um Verbraucherinnen und Verbraucher bei der Auswahl der besten Produkte zu unterstützen.
- **Anfechtung unfairer grüner Behauptungen und unfairer Veralterungsfälle vor den Gerichten und/oder Behörden:** Verbraucherorganisationen haben eine wichtige Rolle bei der Durchsetzung der Regulierungen zu spielen, die für umweltbezogene Behauptungen gelten.
- **Aufklärung der Verbraucherinnen und Verbraucher über "Greenwashing":** Während sich die Verbraucherinnen und Verbraucher immer mehr der Auswirkungen ihrer Einkäufe auf die Umwelt bewusst sind und dies bei der Wahl eines Produkts berücksichtigen wollen, ist ihnen oft nicht bewusst, dass einige der auf dem Markt vorhandenen Behauptungen oder Labels nicht zuverlässig oder unwahrheitsgemäß sind.
- **Einflussnahme auf die Gesetzgebung,** um sicherzustellen, dass die Verbraucherinnen und Verbraucher wirksam vor den irreführenden grünen Behauptungen geschützt werden: Gegenwärtig gibt es auf EU-Ebene keine spezifischen Gesetze zur Regelung dieser Behauptungen. Es gelten nur die allgemeinen Regeln der UCPD-Richtlinie. Mangelnde Rechtssicherheit und mangelnde Durchsetzbarkeit wirken der wachsenden Zahl unbegründeter grüner Behauptungen auf dem Markt nicht entgegen.

Weitere Ressourcen zu Verbraucherrechten

- **BEUC Positionspapier: Die Verbraucherinnen und Verbraucher im Mittelpunkt des Strebens nach Nachhaltigkeit.** Stellungnahme des BEUC zum Europäischen Green Deal:
http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-012_beuc_position_on_european_green_deal.pdf
- **BEUC Positionspapier: BEUC fordert ein wirksames Verbot irreführender grüner Behauptungen** (wird 2020 aktualisiert): <https://www.beuc.eu/publications/2011-09991-01-e.pdf>

Verbraucherrechte und was sie zu länger haltbaren Produkten beitragen können

Warum Verbraucherrrechte für Verbraucherinnen und Verbraucher wichtig sind

Die Verbraucherinnen und Verbraucher bevorzugen länger haltbare Produkte. Laut der jüngsten Studie⁸¹ sind sie sogar bereit, für Produkte, die langlebiger und reparierbar sind, deutlich mehr zu bezahlen.

Darüber hinaus werden sie sich der Umweltprobleme, mit denen wir konfrontiert sind, und des Klimawandels immer mehr bewusst. Sie würden sich gerne mehr in der

⁸¹ Verhaltensstudie zum Engagement der Verbraucher in der Kreislaufwirtschaft, Oktober 2018, [final report](#).



Kreislaufwirtschaft⁸² engagieren, und der beste Weg für sie, dazu beizutragen, ist der Kauf langer haltbarer Produkte.

Das Verbraucherrecht hilft ihnen dabei, solche Ziele zu erreichen. Innerhalb von zwei Jahren nach dem Kauf eines Produkts haben die Verbraucherinnen und Verbraucher gesetzliche Gewährleistungsrechte, die sicherstellen, dass sie im Falle eines Produktfehlers ihr Produkt reparieren lassen, umtauschen oder in einigen Fällen sogar ihr Geld zurückerhalten können. Solche Verpflichtungen schaffen einen Anreiz für die Verkäufer (und indirekt auch für die Hersteller), sich für Produkte mit der längeren Lebensdauer zu entscheiden.

Politische Agenda – EU Ebene

Die wichtigsten Instrumente, die das Verbraucherrecht zur Förderung langer haltbarer Produkte einsetzt, sind gesetzliche Garantierechte. Derzeit sind sie auf EU-Ebene noch durch die **Richtlinie 1999/44/EG über Verbrauchsgüterkauf und -garantien** geregelt. Es handelt sich um eine Richtlinie zur Mindestharmonisierung, die dem Verbraucherinnen und Verbraucher das Recht auf bestimmte Rechtsbehelfe für den Fall einräumt, dass seine Ware mangelhaft ist. Diese Richtlinie legt eine Hierarchie solcher Rechtsbehelfe fest. Im Falle einer Vertragswidrigkeit kann der Verbraucherinnen und Verbraucher in erster Linie eine Reparatur oder einen Ersatz verlangen. Wenn dies nicht innerhalb einer angemessenen Frist oder ohne erhebliche Unannehmlichkeiten möglich ist, kann er auch eine Preisminderung oder eine Vertragsauflösung (die zu einer Rückerstattung des Kaufpreises führt) verlangen.

Demnächst wird jedoch eine **neue Richtlinie (EU) 2019/771⁸³** in Kraft treten. Die neue Richtlinie brachte einige Änderungen, die zu einer längeren Haltbarkeit der Produkte beitragen könnten:

- Verlängerung des Zeitraums, während dessen die Vertragswidrigkeit zum Zeitpunkt der Lieferung vermutet wird (Umkehr der Beweislast), auf ein Jahr, mit der Möglichkeit für die Mitgliedstaaten, ihn auf zwei Jahre zu verlängern.
- Dauerhaftigkeit wurde zu einer neuen objektiven Voraussetzung für die Konformität.
- Verpflichtung zur Bereitstellung von Aktualisierungen, um sicherzustellen, dass Waren mit digitalen Elementen konform bleiben.
- Es wurde eine neue freiwillige kommerzielle Haltbarkeitsgarantie eingeführt, nach der der Hersteller gegenüber dem Verbraucherinnen und Verbraucher direkt haftbar gemacht werden kann.

Diese Richtlinie wird derzeit in die nationalen Gesetzgebungen der verschiedenen EU-Mitgliedstaaten umgesetzt (mit der Umsetzungsfrist am 1. Januar 2021) und wird ab dem 1. Januar 2022 anwendbar sein.

Im Dezember 2019 veröffentlichte die Europäische Kommission die Mitteilung zum **Europäischen Green Deal⁸⁴**, in der sie ihr Ziel ankündigte, die EU bis 2050 kohlenstoffneutral

⁸² Ibid

⁸³ Richtlinie 2019/771 über bestimmte Aspekte von Kaufverträgen über Waren.

⁸⁴ https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/european-green-deal-communication_en.pdf

zu machen. Um dieses Ziel zu erreichen, kündigte sie eine Reihe von Initiativen auch im Bereich des Verbraucherrechts an. Diese wurden im neuen **Aktionsplan zur Kreislaufwirtschaft**⁸⁵, der im März 2020 veröffentlicht wurde, weiter präzisiert. Der Aktionsplan kündigte eine Überarbeitung des EU-Verbraucherrechts an, um sicherzustellen, dass die Verbraucherinnen und Verbraucher am Verkaufspunkt vertrauenswürdige und relevante Informationen erhalten, einschließlich ihrer Lebensdauer sowie über die Verfügbarkeit von Reparaturdiensten, Ersatzteilen und Reparaturhandbüchern. Für die nächsten Jahre wurden mehrere Gesetzesvorschläge angekündigt, darunter

- Legislativvorschlag zur Stärkung der Verbraucherinnen und Verbraucher beim grünen Übergang (2020)
- Legislativvorschlag zur Untermauerung grüner Behauptungen (2020)
- Legislative und nicht-legislative Maßnahmen zur Einführung eines neuen "Rechts auf Reparatur" (2021)

Der Europäische Green Deal wurde als höchste Priorität für die Kommission von Ursula von der Leyen angekündigt, aber einige ihrer Initiativen könnten aufgrund der aktuellen COVID-19-Pandemie⁸⁶ leider verschoben werden.

Politische Agenda auf nationaler Ebene

- Verbraucherportal für nachhaltigen Konsum
- Verbraucherinformations-Gesetz (ViG)
- Studie zur Durchsetzung von verbraucherschützenden Vorschriften
- Verbraucherschutz Ratgeber der Bundesregierung
- Verbrauchzentralen: Bundesverband und Länderzentralen

Rolle der Verbraucherorganisationen

Verbraucherorganisationen sind wichtige Marktbeobachter, die die Verbraucherinnen und Verbraucher bei ihrer Suche nach länger haltbaren Produkten unterstützen. Ihre wichtigsten Aufgaben lauten:

- **Sie testen Produkte und Dienstleistungen:** Verbraucherorganisationen helfen den Verbraucherinnen und Verbrauchern bei der Auswahl der leistungsfähigsten und langlebigsten Produkte.
- **Sie geben Empfehlungen für Verbraucherinnen und Verbraucher ab:** Auf der Grundlage ihrer Testergebnisse veröffentlichen Verbraucherorganisationen Ranglisten in verschiedenen Produktkategorien und vergeben Auszeichnungen für die besten Produkte.

⁸⁵ https://ec.europa.eu/environment/circular-economy/pdf/new_circular_economy_action_plan.pdf

⁸⁶ Dies betrifft auch die beiden oben genannten Initiativen zur Stärkung der Verbraucher und zu grünen Forderungen, die auf 2021 verschoben wurden. Die Vorbereitungsarbeiten innerhalb der Kommission sind jedoch im Gange, und es wurden mehrere öffentliche Konsultationen veröffentlicht, zu denen das BEUC einen Beitrag leisten wird. Die Konsultationen sind auf dieser Website verfügbar: https://ec.europa.eu/info/consultations_en



- **Sie informieren und beraten die Verbraucherinnen und Verbraucher** über ihre Rechte für den Fall, dass die von ihnen gekauften Produkte fehlerhaft sind, ihren Erwartungen nicht entsprechen oder vorzeitig versagen.
- **Aufklärung der Verbraucherinnen und Verbraucher über ihre Rechte**, vor allem über die Regeln, die ihre gesetzlichen Gewährleistungsrechte festlegen, durch Sensibilisierungskampagnen, Artikel in Zeitschriften, Helplines usw.
- **Sie beobachten den Markt und erkennen Muster**, die dazu neigen könnten, dass einige bestimmte Produkte vorzeitig versagen (siehe mehr über das PROMPT-Projekt in Abschnitt 7.3, der dem vorzeitigen Verhalten gewidmet ist).
- **Durchsetzung von Verbraucherrechten** vor Gerichten und/oder Behörden
- **Einflussnahme auf die Gesetzgebung**: Vor allem, um sicherzustellen, dass sich die Verbraucherinnen und Verbraucher während der gesamten erwarteten Lebensdauer ihrer Produkte auf ihre gesetzlichen Garantien verlassen können.

Weitere Ressourcen zu Verbraucherrechten:

- **BEUC-Positionspapier** zum Vorschlag für eine Richtlinie über bestimmte Aspekte von Verträgen über den Fernabsatz von Waren: https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-053_csc_beuc_position_paper_on_tangible_goods_proposal.pdf
- **BEUC Positionspapier**: Langlebige Güter: Nachhaltigere Produkte, bessere Verbraucherrechte:
http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2015-069_sma_upa_beuc_position_paper_durable_goods_and_better_legal_guarantees.pdf
- **BEUC-Website zu langlebigen Gütern**:
<https://www.beuc.eu/durable-goods>
- **Neuer EU-Aktionsplan zur Kreislaufwirtschaft**:
https://ec.europa.eu/environment/circular-economy/pdf/new_circular_economy_action_plan.pdf

7.2. Neue Marktaufsichtsverordnung

Im Frühjahr 2019 verabschiedete die EU eine neue Verordnung zur Marktüberwachung⁸⁷. Während sich diese Gesetzgebung in der Vergangenheit vor allem auf Produktsicherheitsaspekte konzentrierte, wurde sie erweitert, um bestimmte Umweltaspekte von Produkten abzudecken, darunter Ökodesign-, Umweltzeichen- und Energiekennzeichnungsanforderungen sowie einige Anforderungen an Chemikalien und Abfälle.

Das Ziel dieser Verordnung ist:

"Die Verbesserung des Funktionierens des Binnenmarkts durch Stärkung der Marktüberwachung von Produkten, die unter die Harmonisierungsrechtsvorschriften

⁸⁷ Verordnung (EU) 2019/1020 zur Marktüberwachung und Konformität von Produkten <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019R1020>



der Union fallen (...), um sicherzustellen, dass nur konforme Produkte, die Anforderungen erfüllen, die ein hohes Maß an Schutz der öffentlichen Interessen wie Gesundheit und Sicherheit im Allgemeinen, Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz, Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher, Schutz der Umwelt und der öffentlichen Sicherheit sowie alle anderen durch diese Rechtsvorschriften geschützten öffentlichen Interessen gewährleisten, auf dem Markt der Union bereitgestellt werden".

Diese neue Verordnung kann von Verbraucherorganisationen auf vielfältige Weise genutzt werden, um die Einhaltung von Umweltanforderungen an Produkte zu verbessern:

- Sollten Verbraucherorganisationen die Nichteinhaltung von Umweltanforderungen an Produkte durch Laboruntersuchungen feststellen, können sie diese neue Verordnung als Rechtsgrundlage nutzen, um die Ergebnisse der Laboruntersuchungen den nationalen Marktüberwachungsbehörden zu melden und sie aufzufordern, Maßnahmen gegen nicht konforme Wirtschaftsakteure zu ergreifen.
- Darüber hinaus ermöglicht die neue Verordnung den Abschluss formalisierter Kooperationsvereinbarungen mit Dritten, auch mit Verbrauchergruppen: "Die Marktüberwachungsbehörden können mit (...) Organisationen, die (...) Endnutzer vertreten (...), die Durchführung gemeinsamer Aktivitäten vereinbaren, die das Ziel haben, die Einhaltung der Vorschriften zu fördern, die Nichteinhaltung zu ermitteln, das Bewusstsein zu schärfen und Leitlinien in Bezug auf die Harmonisierungsrechtsvorschriften der Union in Bezug auf bestimmte Produktkategorien, insbesondere Produktkategorien, von denen häufig festgestellt wird, dass sie eine ernste Gefahr darstellen, einschließlich der online zum Verkauf angebotenen Produkte, bereitzustellen".
- Die neue Verordnung verlangt von der EU-Kommission auch die Einrichtung von Netzwerken der Durchsetzungsbehörden der Mitgliedstaaten, damit diese bei der Produktkonformität besser als bisher zusammenarbeiten (so genanntes Union Product Compliance Network). Wenn Verbrauchergruppen auf nicht konforme Produkte aufmerksam werden, die wahrscheinlich in vielen EU-Ländern verkauft werden, sollten sie daher ihre nationalen Durchsetzungsbehörden bitten, diese Informationen mit anderen Mitgliedstaaten zu teilen, damit sie auf anderen nationalen EU-Märkten nachfassen und die Kohärenz der Durchsetzungsmaßnahmen im gesamten EU-Binnenmarkt sicherstellen können.
- Verbrauchergruppen können die Verbraucherinnen und Verbraucher in ihren nationalen Testmagazinen über die nicht konformen Produkte informieren und von ihrem Kauf abraten.



This document has been produced under a service contract with the European Commission. The content of it represents the views of the author only and is his/her sole responsibility. The European Commission does not accept any responsibility for use that may be made of the information it contains.