

Agentur für Nachhaltiges Design

e[concept]

**MARKTÜBERSICHT  
RESSOURCENEFFIZIENTE  
PRODUKTE BEI  
PRODUZIERENDEN  
UNTERNEHMEN IN NRW**

**für Effizienz-Agentur NRW  
Abschlusspräsentation**

**22. September 2016**

**Ursula Tischner, econcept**

# INHALT

- **Die Studie**
- **Übersicht Unternehmenslandschaft NRW**
- **Befragung ressourceneffiziente Produkte bei Unternehmen in NRW**
- **Befragung ressourceneffiziente Produkte bei Konsumenten in NRW**
- **Schlussfolgerungen**

# DIE STUDIE

- **econcept, Agentur für nachhaltiges Design im Auftrag der Effizienz-Agentur NRW**
- **Phase 1: Desk- und Internetresearch: B2C produzierende Unternehmen in NRW, die „grüne“ Produkte herstellen**
- **Phase 2: Befragung/ Interviews mit den ausgewählten Unternehmen**
- **Phase 3: Analyse der Konsumentenperspektive/ Fokusgruppeninterviews**
- **Phase 4: Abschlussbericht und Ergebnispräsentation**

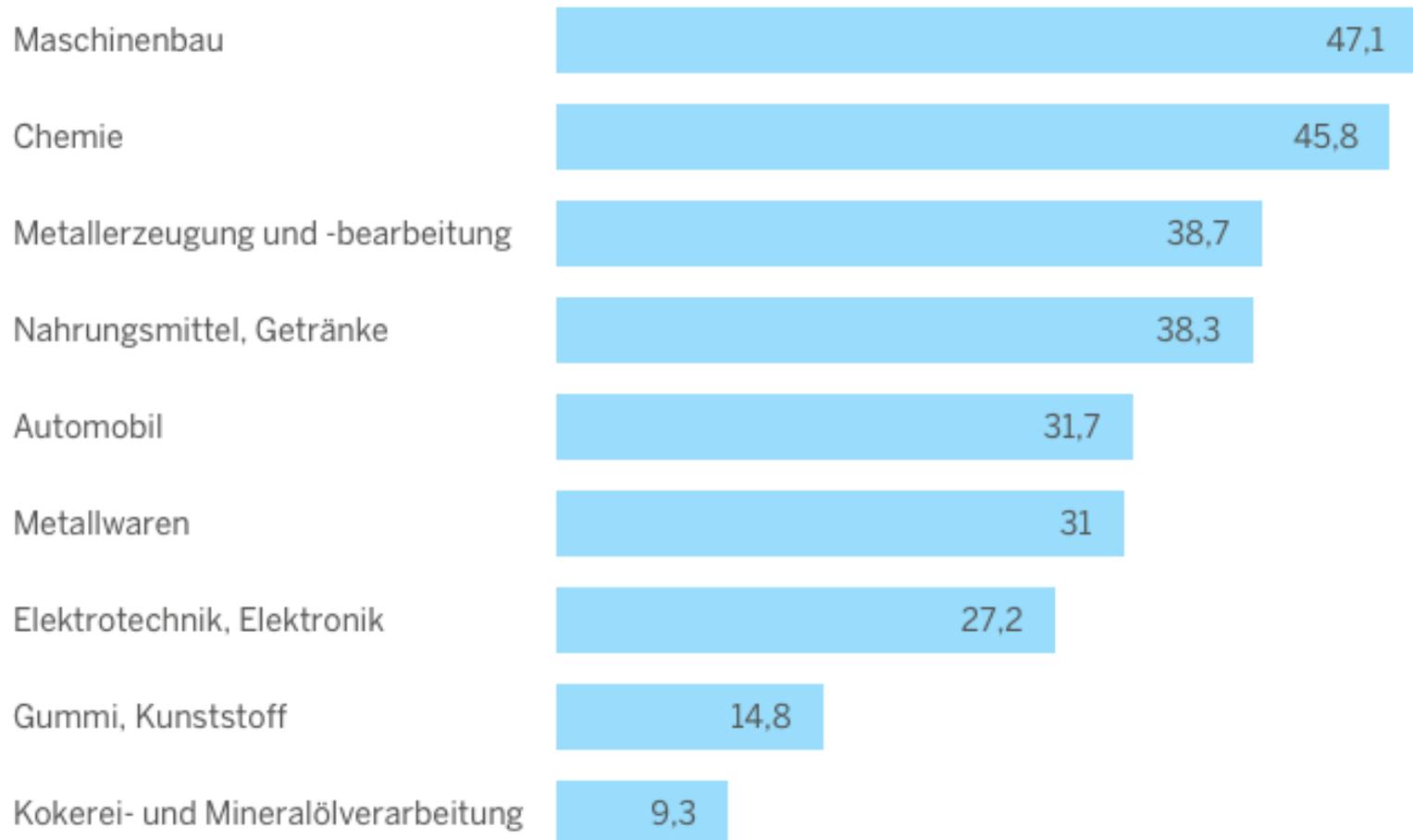
# PHASE 1

## Unternehmensgrößen und -arten in NRW (2015)

Systematik-Nr.	Wirtschaftszweig	Betrie-	Beschäftig-	Entgelte	Umsatz-	Darunter
		be	te am 30.9.			
		Anzahl				umsatz
B	Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden	149	20 347	1 075 362	1 750 406	222 102
C	Verarbeitendes Gewerbe:	9 939	1 198 942	55 877 874	331 926 753	145 296 814
10	Herstellung von Nahrungs- und Futtermitteln	945	91 084	2 913 921	34 519 494	8 051 139
11	Getränkherstellung	72	9 145	391 898	3 257 672	241 265
12	Tabakverarbeitung	5	.	.	294 948	91 074
13	Herstellung von Textilien	200	18 558	669 066	3 554 656	1 667 314
14	Herstellung von Bekleidung	56	6 012	233 252	1 740 506	566 795
15	Herstellung von Leder, Lederwaren und Schuhe	20	.	.	648 523	282 612
16	Herstellung von Holz-, Flecht-, Korb- und Korkwaren (ohne Möbel)	211	15 804	574 066	3 514 775	772 972
17	Herstellung von Papier, Pappe und Waren daraus	213	28 412	1 224 108	7 508 190	2 918 466
18	Herstellung von Druckerzeugnissen, Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild- und Datenträgern	287	23 296	838 735	3 711 378	449 317
19	Kokerei und Mineralölverarbeitung	16	4 155	.	7 036 930	1 413 548
20	Herstellung von chemischen Erzeugnissen	431	94 418	5 871 587	43 898 331	24 007 194
21	Herstellung von pharmazeutischen Erzeugnissen	61	12 337	735 900	5 843 217	3 436 052
22	Herstellung von Gummi- und Kunststoffwaren	721	76 666	2 982 550	15 033 919	5 991 316
23	Herstellung von Glas und Glaswaren, Keramik, Verarbeitung von Steinen und Erden	556	32 216	1 376 534	7 509 723	1 999 408
24	Metallerzeugung und -bearbeitung	456	108 686	5 367 254	37 595 349	14 675 984
25	Herstellung von Metallerzeugnissen	2 058	175 273	7 329 311	31 625 098	10 663 786
26	Herstellung von Datenverarbeitungsgeräten elektronischen und optischen Erzeugnissen	301	34 149	1 685 995	7 221 937	3 730 826
27	Herstellung von elektrischen Ausrüstungen	490	86 539	4 226 927	20 769 857	10 413 194
28	Maschinenbau	1 489	202 787	10 538 667	46 086 772	27 461 072
29	Herstellung von Kraftwagen und Kraftwagenteilen	227	81 746	4 522 698	32 277 563	20 579 863
30	Sonstiger Fahrzeugbau	47	8 416	412 404	2 941 433	2 002 962
31	Herstellung von Möbeln	288	30 562	1 153 347	6 798 594	1 966 153
32	Herstellung von sonstigen Waren	252	15 619	534 899	2 340 664	693 756
33	Reparatur und Installation von Maschinen und Ausrüstungen	537	40 445	1 916 541	6 197 220	1 220 749
B – C	Verarbeitendes Gewerbe sowie Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden	10 088	1 219 289	56 953 236	333 677 159	145 518 916

# PHASE 1: ERGEBNISSE

## Branchen in NRW nach Umsätzen (2014)



Quelle: IT NRW

# PHASE 1: ERGEBNISSE

In NRW umsatzstärkste Branchen:

Vorrangig B2B, konsumentennahe Produkte spielen eher untergeordnete Rolle.

**Business to Consumer (B2C) Bereiche:**

- **Nahrungsmittel/Getränke**
- **Automobil**
- **Metallwaren**  
(Küche, Körperpflege ...)
- **Elektro/Elektronik**  
(Hausgeräte, Leuchten, ...)
- Auch noch **Möbelbranche/ Holz verarbeitende Industrie**
- und **Textilindustrie**



# PHASE 1: ERGEBNISSE

## Umweltorientierte Unternehmen in NRW?

- Auswertung der Liste von EMAS zertifizierten Unternehmen
  - Auswertung der Liste von ISO 14001 zertifizierten Unternehmen
  - Suche nach Unternehmen in NRW in anderen Wettbewerben (z.B. Deutscher Rohstoffeffizienzpreis und Bundespreis Ecodesign)
  - Internet Recherche nach ökologisch und sozial sinnvollen Produkten und Herstellern aus NRW
- ⇒ Liste von über 175 „umweltorientierten“ produzierenden Unternehmen in NRW aus der durch EFA und econcept eine Liste von 130 Unternehmen erstellt wurde.

# PHASE 2: ERGEBNISSE

## Ergebnisse Unternehmensumfrage:

- Seit 23. März 2016 wurden Unternehmen kontaktiert
- 130 Firmen wurden mehrfach angeschrieben und angerufen, ihnen wurden Gegenleistungen angeboten, z.B. Fachbuchgeschenk und kostenloser Beratungstag
- Jedoch **Rücklaufquote 6 %**
- Gründe für Nicht-Teilnahme zeigt die nächste Grafik

# PHASE 2: ERGEBNISSE

Gründe für Absage

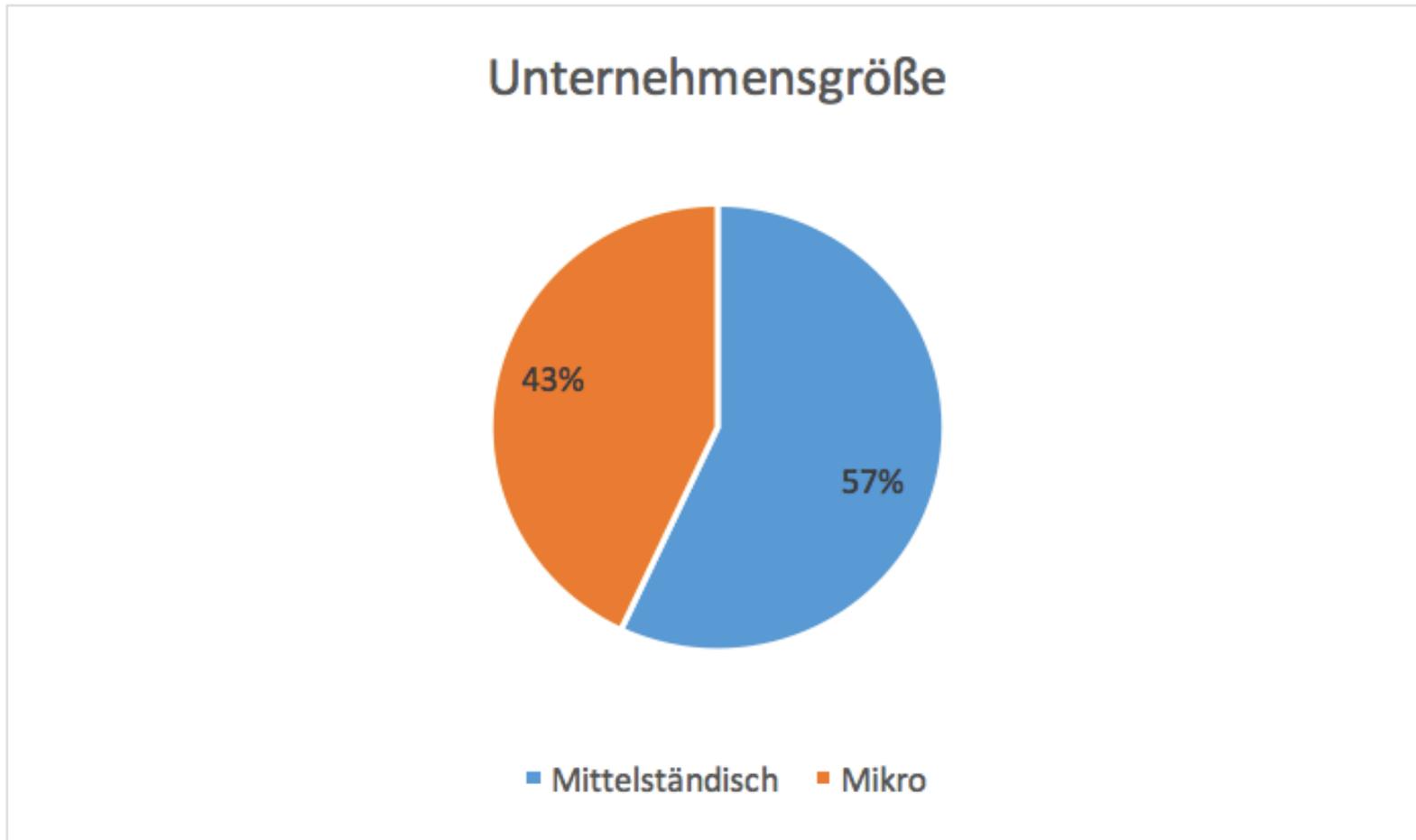


- |                                |                                       |
|--------------------------------|---------------------------------------|
| ■ keine Zeit = 10              | ■ machen generell keine Umfragen = 12 |
| ■ zu viele Anfragen = 3        | ■ vertrauliche Informationen = 1      |
| ■ Thema betrifft uns nicht = 4 | ■ kein Interesse am Thema = 18        |
| ■ keinen Grund genannt = 19    | ■ sonstiges = 2                       |

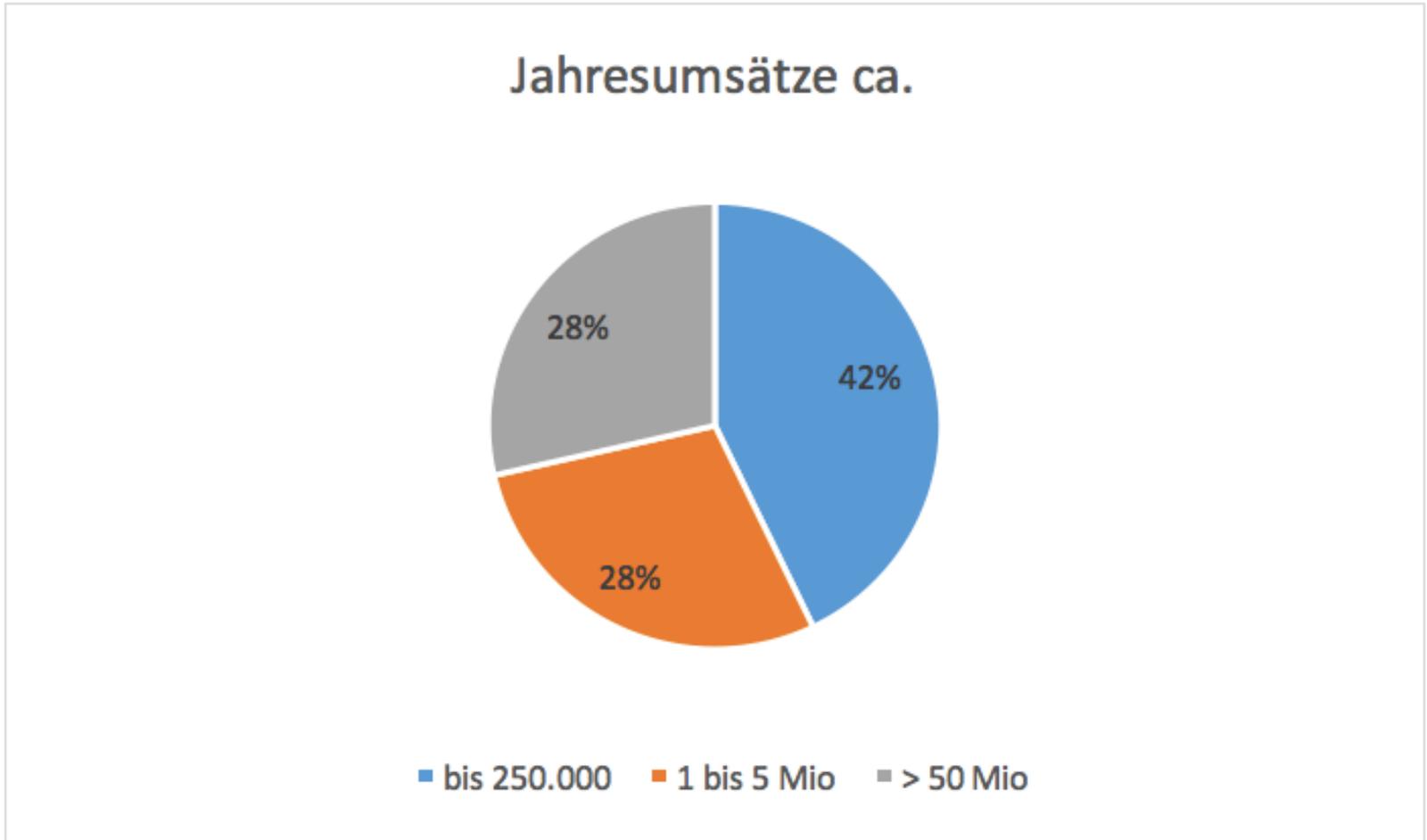
# BASISDATEN UNTERNEHMEN



# BASISDATEN UNTERNEHMEN



# BASISDATEN UNTERNEHMEN



# BASISDATEN UNTERNEHMEN

## Teilnehmende Branchen:

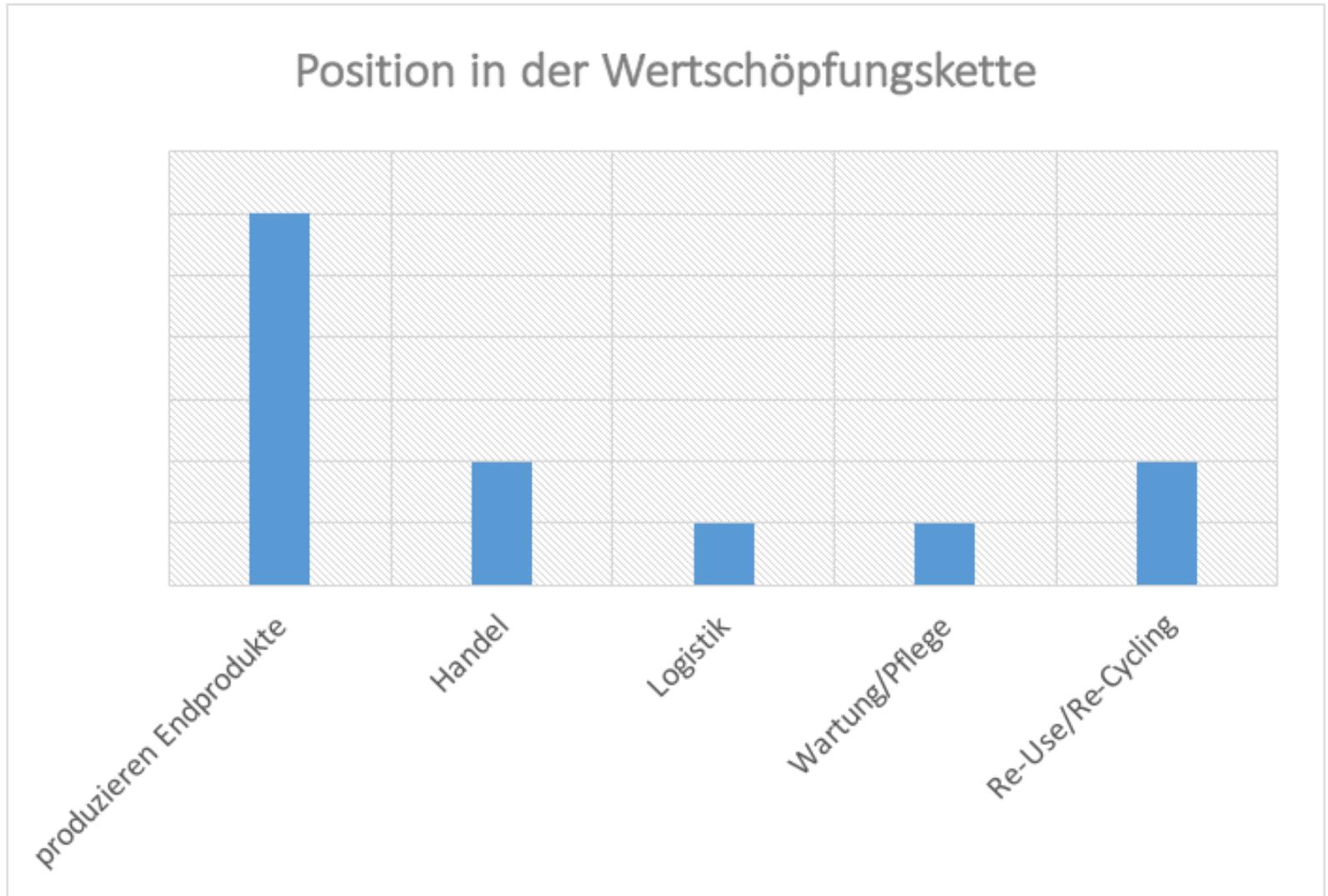
- Biotechnologie/ Umwelttechnologie
- Möbel/ Interior
- Kosmetik
- Bekleidung
- Handel mit Konsumgütern
- Entsorgungstechnik

# BASISDATEN UNTERNEHMEN



(Mehrfachnennungen möglich)

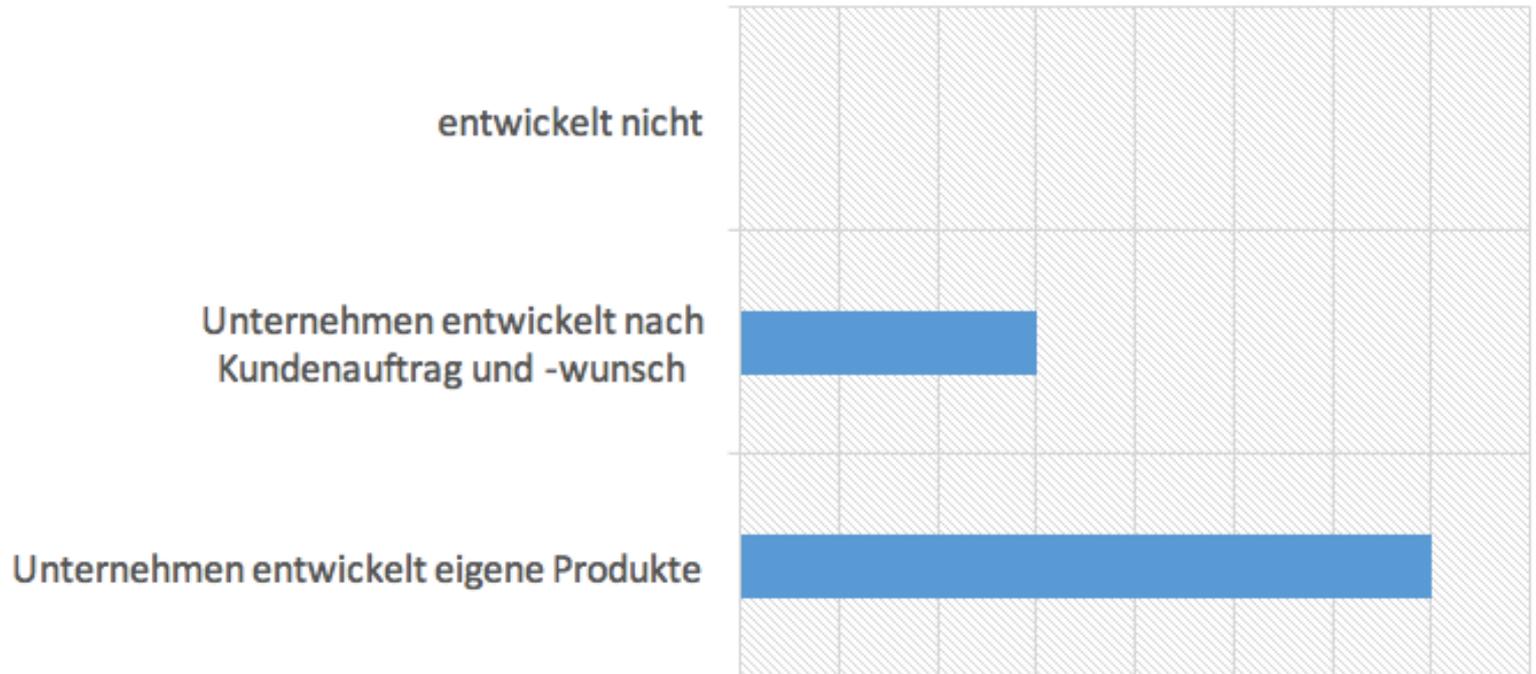
# BASISDATEN UNTERNEHMEN



(Mehrfachnennungen möglich)

# BASISDATEN UNTERNEHMEN

## Verantwortung in Produktentwicklung (PE)

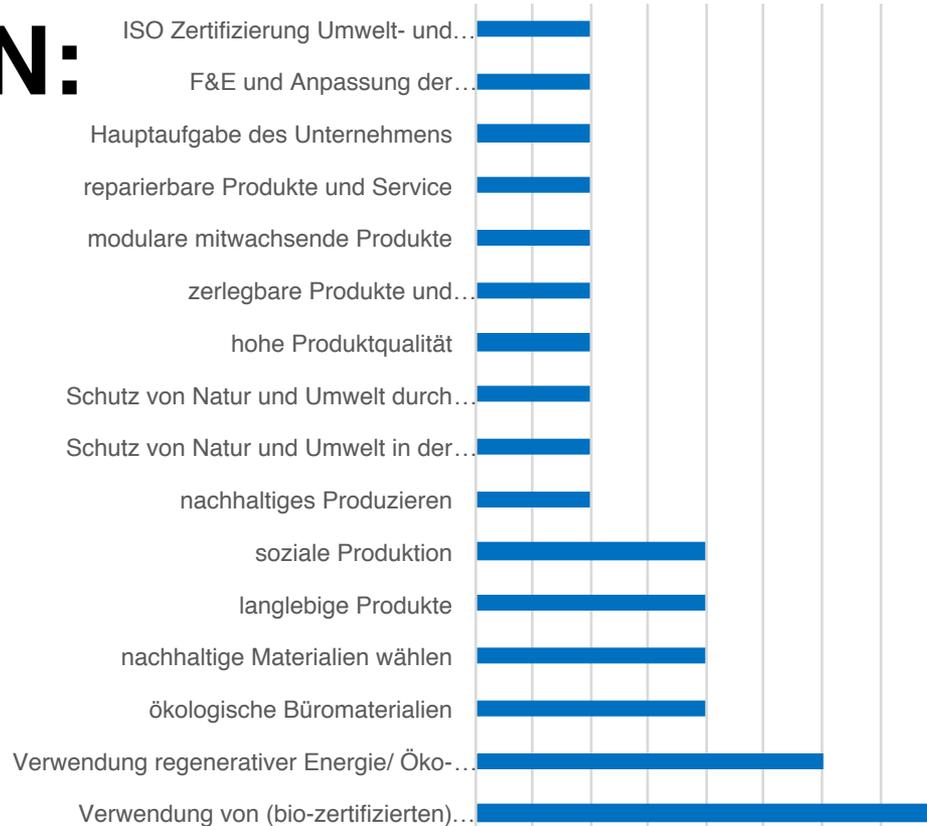


(Mehrfachnennungen möglich)

# PHASE 2: UNTERNEHMEN ZU RESSOURCEN EFFIZIENZ



# UNTERNEHMEN: ERGEBNISSE RE



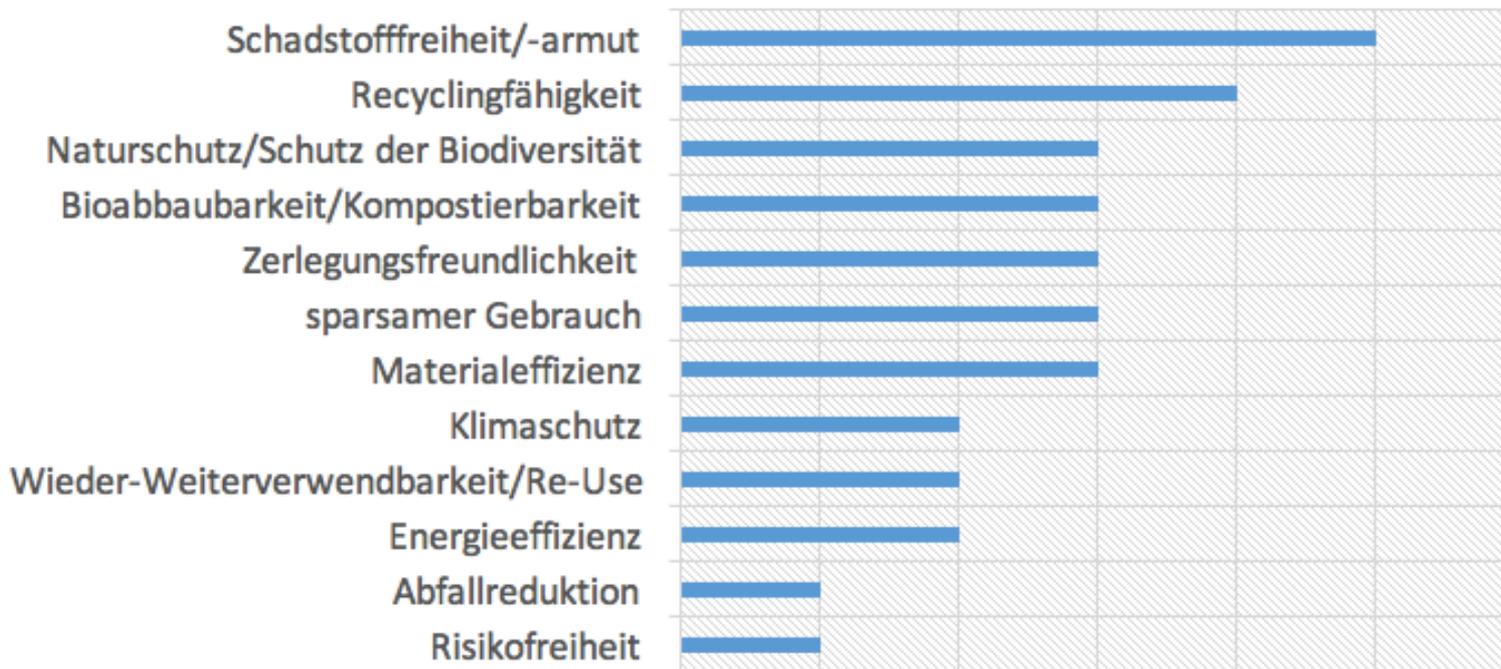
# UNTERNEHMEN: ERGEBNISSE

## Ressourceneffiziente Produkte =

- **Platz 1:** Aspekte des Recyclings, Up-Cyclings und des Einsatzes von Rezyklaten.
- **Platz 2:** Aspekte der „Rohstoff-, Material- und Energieeffizienz“ und der „minimierten Transporte/regionale Produktion“.
- **Platz 3:** Aspekte der Verpackungsoptimierung (bio-abbaubar und minimiert).
- **Platz 4:** Aspekt „Einsatz von (bio-zertifizierten) Naturstoffen“.
- Dahinter landen eine Reihe weiterer Aspekte angeführt vom Einsatz von regenerativen Energien bis ISO Zertifizierung.

# UNTERNEHMEN: ERGEBNISSE

## Umweltanforderungen der KundInnen



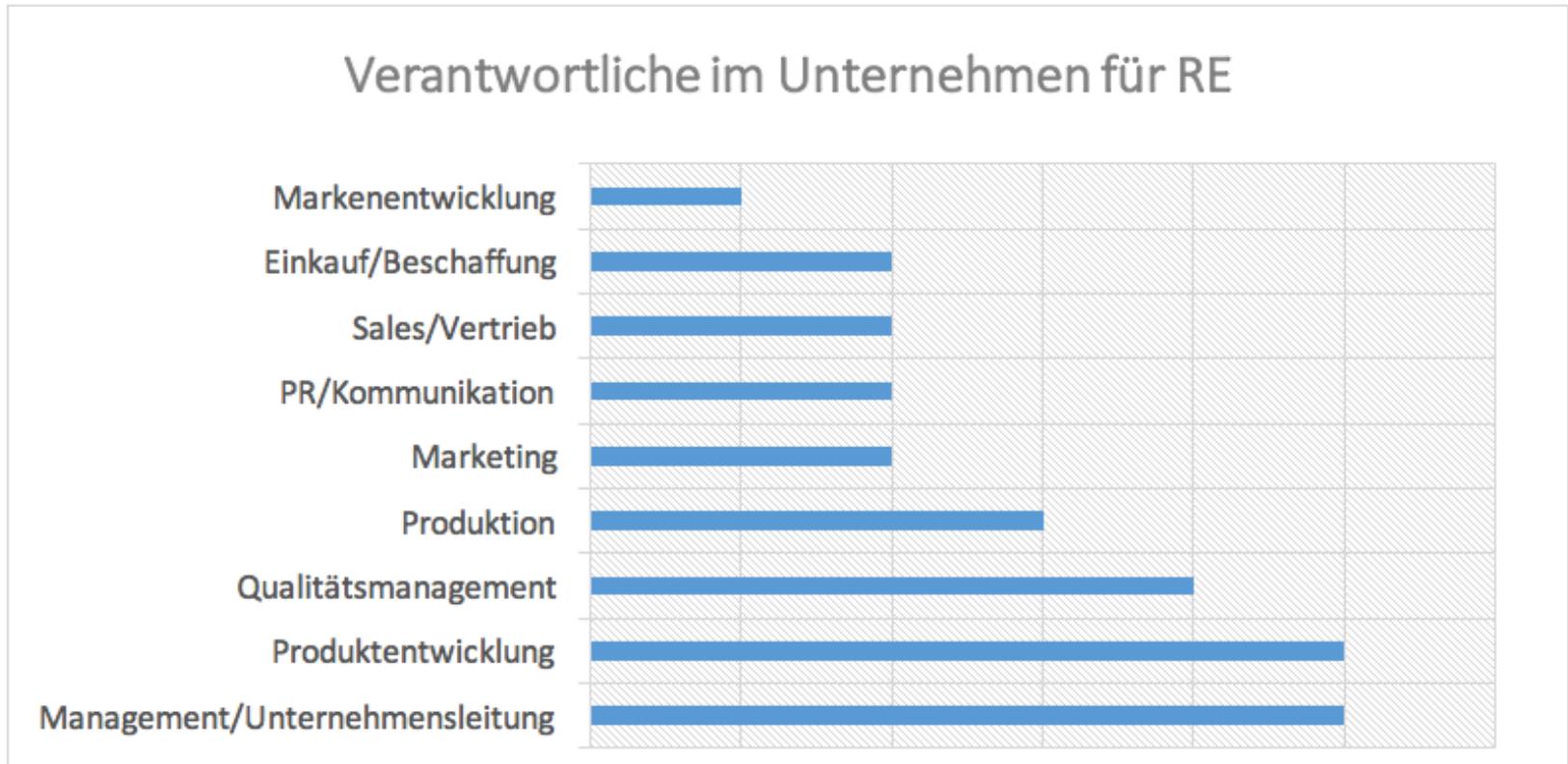
(Mehrfachnennungen möglich)

# UNTERNEHMEN: ERGEBNISSE

## Weitere noch nicht befriedigte Kundenbedürfnisse laut der befragten Unternehmen

- Kreislauffähigkeit von Produkten (Re-Sale, Re-Use)
- Trinkwasser aus Regenwasser
- Bio-Zulassungen für alle Produkte des Unternehmens
- Ressourceneffiziente Recyclingprodukte mit geringem CO<sub>2</sub> Ausstoß, die bewiesenermaßen qualitativ gleichwertig sind
- Kunden bieten Altmaterialien zum Up-Cycling an

# UNTERNEHMEN: ERGEBNISSE



(Mehrfachnennungen möglich)

# PHASE 3: KONSUMIERENDE ZU RESSOURCENEFFIZIENZ



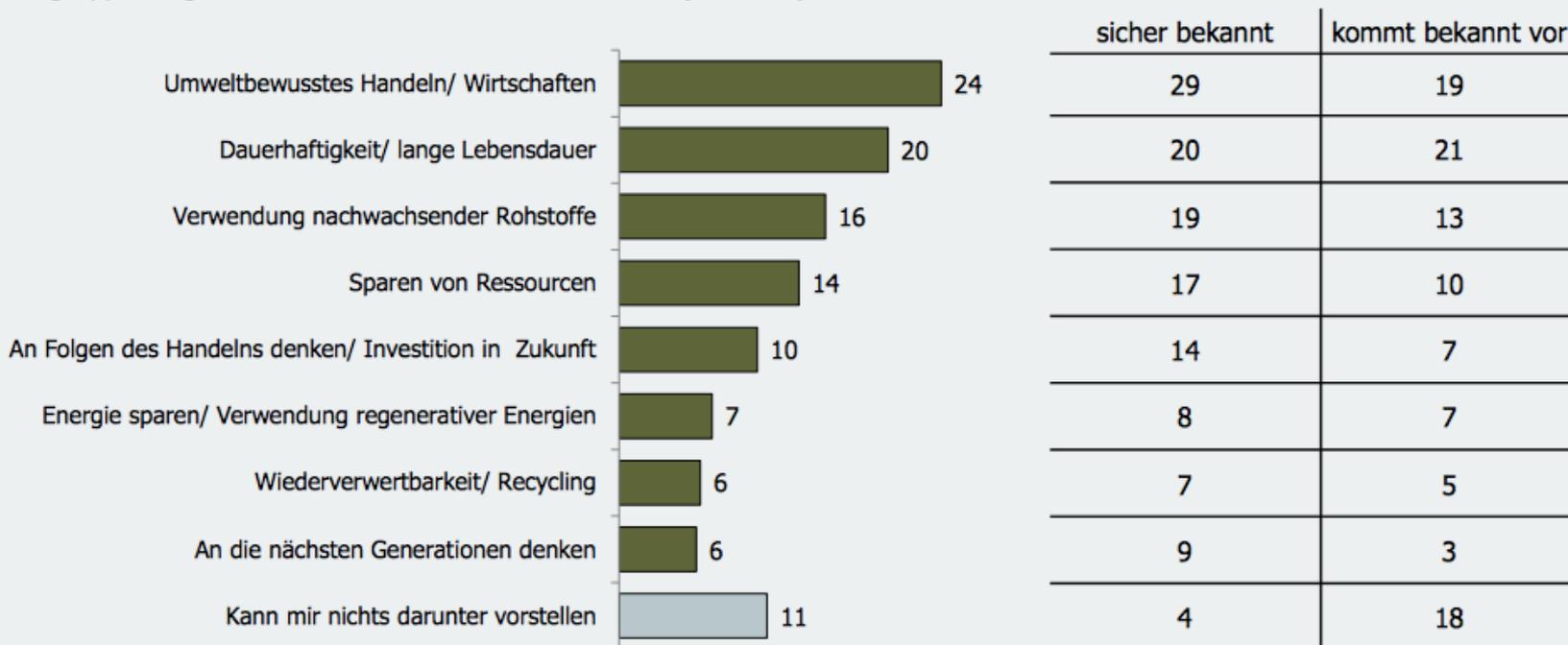
# KONSUMENTEN: ERGEBNISSE

Der Begriff "Nachhaltigkeit" ist laut einer Studie des GfK Vereins (2013) 83 % der deutschen Bevölkerung bekannt.

*„Nachhaltigkeit“ wird am stärksten mit Aspekten rund um Natur und Umwelt verknüpft*

Teilgruppe: Begriff sicher bekannt/ kommt bekannt vor („Kenner“)

- Freie Nennungen, Angaben in Prozent -



*Fragestellung: Unabhängig davon, ob Ihnen der Begriff „Nachhaltigkeit“ bekannt ist oder nicht: Wenn Sie den Begriff „Nachhaltigkeit“ hören, was kommt Ihnen dazu alles in den Sinn, was verbinden Sie damit?*

# KONSUMENTEN: ERGEBNISSE

**Definition Ressourceneffizienz:** Die Teilnehmenden können den Begriff „Ressourceneffizienz“ gut erklären in allen Facetten und gehen darüber hinaus:

**„Ressourceneffizienz“ =**

- *Mit geringem Einsatz von Ressourcen gleichen Nutzen erzielen*
- *in allen Bereichen: Produktion, Verwendung und Entsorgung.*
- *Oder: Aus den verwendeten Ressourcen das Optimum herausholen.*
- *Oder: Mit wenig Materialeinsatz möglichst viel Produkt herstellen.*
- *Dazu gehört auch die Kreislaufführung von Ressourcen.*
- *Ressourcen sind Material, Wasser, Strom/Energie bis hin zu Arbeitskräften.*
- *Bei Arbeitskräften geht es darum, Arbeitskraft als Ressource auch langfristig zu erhalten (gute Arbeitsbedingungen & Menschlichkeit).*

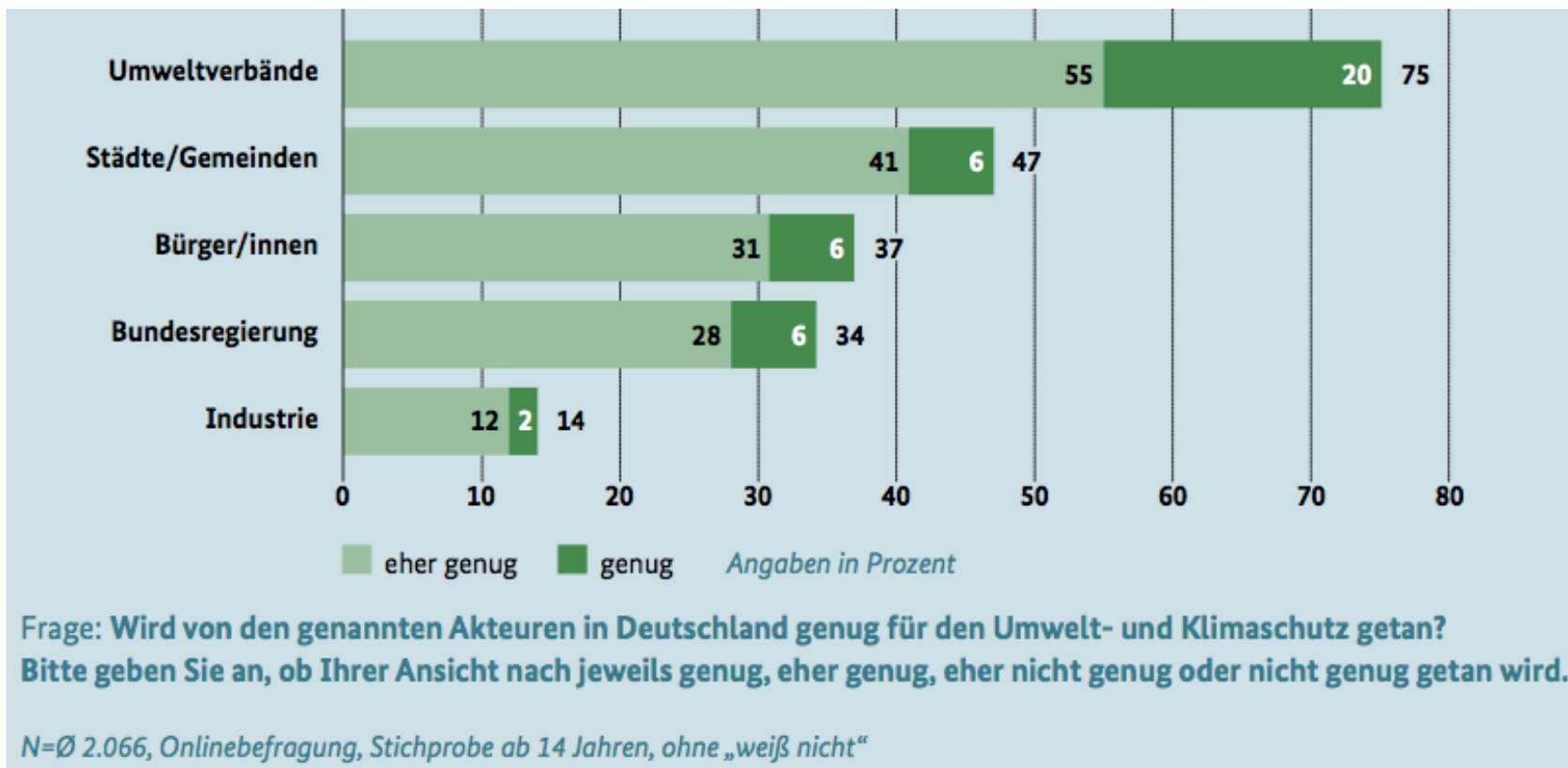
# KONSUMENTEN: ERGEBNISSE

## Definition Ressourceneffizienz 2:

- Aber Ressourceneffizienz wird mit anderen Kriterien wie Bio, FairTrade etc. gemischt. Es scheint schwer, trennscharf zu bleiben.
- Es gibt unterschiedliche Meinungen zu der Frage, ob Ressourceneffizienz etwas mit Nachhaltigkeit und Umweltschutz zu tun hat:
  - Einige stellen in Frage, ob Ressourceneffizienz für die Umwelt immer ein Gewinn ist, der Rebound Effekt wird genannt
  - Für manche hat Ressourceneffizienz nicht unbedingt etwas mit Nachhaltigkeit zu tun, wenn es nur darum geht, aus dem, was da ist, so viel wie möglich herauszupressen.
  - Andere denken, der Begriff Ressourceneffizienz beinhaltet Nachhaltigkeit.

# KONSUMENTEN: ERGEBNISSE

- 37% der Befragten der Umweltbewusstseinsstudie (UBA/BMUB) geben an, dass Bürger/innen genug oder eher genug für Umwelt- und Klimaschutz tun.
- Nur 14 % der Befragten sagen, dass die Industrie genug oder eher genug für den Umwelt-/ Klimaschutz tue.



# KONSUMENTEN: ERGEBNISSE

## Aussagen zur Rolle der Akteure in unserer Befragung:

- Obwohl sie weitgehend gut informiert sind, empfinden sich die Konsumierenden zum Teil als hilflos, weil ihnen viele Informationen zur konkreten, täglichen Entscheidungsfindung fehlen.
- Jedoch ist die Dringlichkeit des Themas den meisten Teilnehmenden bewusst: Knappheit der fossilen Rohstoffe wird genannt und es heißt: „wir haben keine Zeit mehr“. Die aktive Rolle und Marktmacht der Konsumenten wird häufig erwähnt.
- Es wird Kritik an Unternehmen geübt: Sie wirtschaften nicht transparent, betreiben zu viel Greenwashing und es gibt grundsätzlich viel zu viele Produkte.
- Kritik an der Politik wird formuliert: Es gibt zu viele Siegel für Fair Trade und Bio etc. das stiftet nur Verwirrung. Allerdings fehlt ein Label für Ressourceneffizienz (nur Energielabel existieren). Es werden mehr politische Maßnahmen gefordert.

# KONSUMENTEN: ERGEBNISSE

## **Welche ressourceneffizienten Produkte kennen/ kaufen benutzen die Konsumenten?**

Nach anfänglichen Schwierigkeiten, Produkte zu nennen, „Wenn es drauf stehen würde, wäre es einfacher. Aber so fällt einem nicht viel ein.“, wurden dann doch einige zusammengetragen:

Es wurden vor allem die Produktbereiche

**Verpackungen, Wasser sparen, Energie sparen, Mobilität, Bekleidung, Lebensmittel** genannt

und die Aspekte

**Langlebigkeit, Reparieren/DIY/Re-Use/Up-Cyclen, Wiederverwendung, Recycling, Vermeidung, Konsumentenbewusstsein ändern**

sowie einige andere Aspekte wie

**Schadstoffe vermeiden, Regenwald schützen, Bio-Produkte bevorzugen.**

# KONSUMENTEN: ERGEBNISSE

## Welche ressourceneffizienten Produkte fehlen?

- **Verpackungen**, eliminieren und reduzieren
- **Lebensmittel** (krummes Gemüse ist akzeptabel für Konsumenten, EU Normen nicht sinnvoll), Lebensmittelabfälle reduzieren.
- **Mobilität**: nicht mit dem Auto zum Supermarkt fahren müssen, ressourceneffizientere Mobilitätsmittel, Mobilitätskarte, aber auch effizientere Transporte und generell kürzere Transportentfernungen
- **Bekleidung**: langlebiger, schadstofffrei, fair produziert, alles gebraucht kaufen
- Generell **Produkte** modularer, zerlegbarer, reparierbar gestalten und Service anbieten
- **Papierverbrauch eliminieren**: Werbungen, Rechnungen, Kontoauszüge, Telefonbücher digitalisieren, auch im Bildungs- und Medizinbereich Informationen digital anbieten.
- Mehr **Dienstleistungen** wie Couch Surfing anbieten.
- **Messebau** ressourceneffizienter machen.

# KONSUMENTEN: ERGEBNISSE

Welche ressourceneffizienten Unternehmen in NRW kennen die Konsumenten? Zunächst keine, nach längerem Nachdenken:

- **Taschen:** Hack Lederwaren in Köln,
- **Möbel/Einrichtung:** ökologische Möbelhäuser/-hersteller: Genske Bio-Möbel, Köln; Wolkenweich, Bielefeld; Brühl und Sippold, Bad Steben; Tretford Wollteppiche. IKEA, ist eventuell auch ressourceneffizient,
- **Lebensmittel:** „Unverpackt“ Lebensmittelladen in Köln-Sülz, Bio-Supermarkt mit „Glücklichen Bio Hähnchen“. Regionale Bio-Burger Läden: z.B. Die fette Kuh in Köln. Foodsharing in Köln-Sülz,
- **Verpackungen:** DM hat die kleinen „Umsonsttüten“ abgeschafft. REWE wirbt mit „pro planet“ Verpackungen (Verdacht auf Greenwashing).
- **Kaffe:** Kafferöstereien und Läden, die CoffeToGo in Mehrwegbechern anbieten.
- **Langlebige Produkte:** Manufactum,
- **Mobilität:** BlaBlaCar Mitfahrzentrale, Nachbarschaftsauto, Fahrgemeinschaften.
- **Fair Trade:** Dritte Welt Läden und Oxfam gibt es überall. GEPA in Wuppertal:  
**Produkte für Kinder:** Ergobag, Köln fertigt nachhaltig und fair produzierte Kinderschulranzen, <http://www.ergobag.de>; Kindermöbel De Breuyn, Köln.
- **Kleidung:** H&M Serie aus recycelten Textilien,
- **Mobilität und Transporte:** DHL bietet „grüne“ Pakettransport an, CO2 neutraler Versand.
- **Lokale Druckerei,** die auf Papier mit dem Blauen Engel Label druckt.

# KONSUMENTEN: ERGEBNISSE

**Welche anderen Aspekte sind den Konsumenten wichtig?**

- Die folgenden Aspekte wurden in allen Gruppen genannt:

**Bio, FairTrade, gesund, saisonal, regional, schadstofffrei, faire soziale (sozial gerechte) Praktiken, wie gute Arbeitsbedingungen, faire Löhne etc.**

- In einigen Gruppen wurde genannt:

**Sicherheit, artgerechte Tierhaltung/Tierschutz, energiesparend, CO<sub>2</sub> Fußabdruck, Transportentfernungen, Transparenz in der gesamten Kette,**

- In einer Gruppe wurde genannt:

**Eigennutzen/Wohlfühlfaktor für Nutzer, einfache Zugänglichkeit, Kooperationen in den Ketten und zwischen Konsumenten, intelligentes abfallarmes Einkaufen**

# FAZIT



# FAZIT

- (Zu) Wenige Unternehmen in NRW beschäftigen sich mit dem Thema ressourceneffiziente Produkte, Konsumierende kennen kaum oder keine Unternehmen in NRW, die in diesem Bereich aktiv sind.
- Sowohl Konsumierende wie UnternehmensvertreterInnen haben ein gutes Verständnis von Ressourceneffizienz, mischen es aber mit vielen weiteren Umwelt- und sozialen Aspekten.
- Konsumierende erkennen die Wichtigkeit des Themas, ihre eigene Verantwortung und Handlungsoptionen im Bereich RE, fühlen sich aber hilflos, weil ihnen Informationen fehlen, und erwarten von Unternehmen viel mehr Engagement, ebenso von der Politik.
- Für die befragten Unternehmen sind andere Aspekte wie Bio-zertifizierung, Umweltverträglichkeit, Nutzung erneuerbarer Energie etc. teilweise wichtiger als RE, viele haben bereits mehr Aktivitäten in den Bereichen Recycling, Bio-verträglichkeit/ Schadstoffarmut, Transport- und Verpackungsoptimierung etabliert als im Bereich Ressourceneffizienz.

# FAZIT

- Die Unternehmen, die im Bereich Ressourceneffizienz aktiv sind, machen das auch aus ökonomischen Gründen.
- Alle teilnehmenden Unternehmen haben Verantwortung in der Produktentwicklung, die am meisten damit befassten Unternehmensbereiche sind Management und Produktentwicklung.
- Die befragten Unternehmen versuchen aktiv, die Ressourceneffizienz in der Produktgestaltung/ -entwicklung anzugehen, von Aspekten der Langlebigkeit über Wartung, Reparierbarkeit und Recyclingfähigkeit, zur Nutzung bereits verwendeter Rohstoffe und Effizienzsteigerungen im Bereich der Verpackung und Logistik.
- Die Kommunikation zwischen Unternehmen und Konsumierenden im Bereich der ressourceneffizienten Produkte kann und sollte verbessert werden.

# BESTEN DANK

Ursula Tischner

econcept

[u.tischner@econcept.org](mailto:u.tischner@econcept.org)