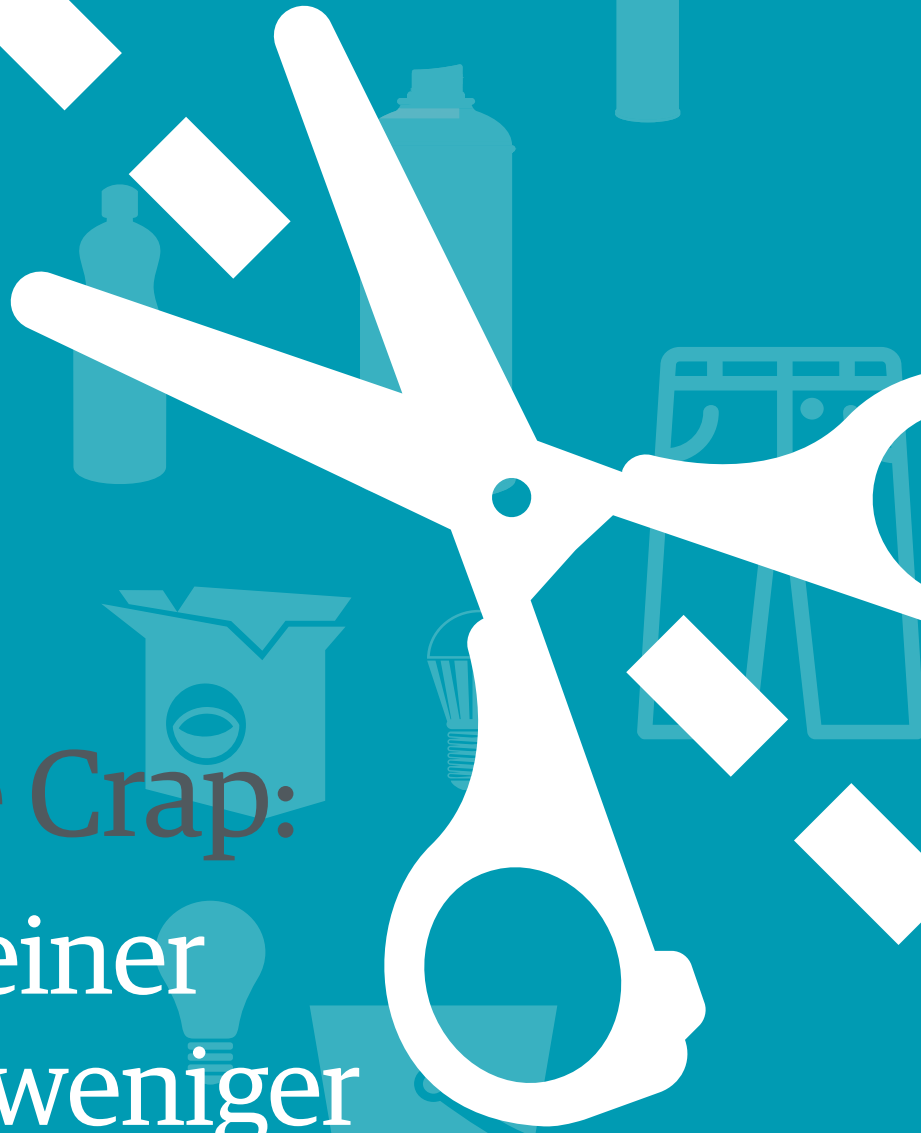


Sum  
Of  
+ Us



# Cutting the Crap:

die Vorteile einer  
Strategie zu weniger  
Ressourcenverbrauch  
in deutschen  
Supermärkten

Changing Markets



Dieser SumOfUs Report basiert auf Analysen von Changing Markets, Wuppertal Institute und Rank a Brand.

ViSdPR: Anne Isakowitsch

Design von Pietro Bruni

Für weitere Informationen besuchen Sie:

SumOfUs: [www.sumofus.org](http://www.sumofus.org)

Changing Markets: [www.changingmarkets.com](http://www.changingmarkets.com)

Rank a Brand: [www.rankabrand.de](http://www.rankabrand.de)

Wuppertal Institute: [www.wupperinst.org](http://www.wupperinst.org)

## Inhalt

Zusammenfassung	5
1. EINFÜHRUNG ZU RESSOURCENEFFIZIENZ UND KREISLAUFWIRTSCHAFT	7
a. Warum Ressourceneffizienz?	7
b. Kreislaufwirtschaft und Ressourceneffizienz: mehrere Vorteile	9
c. Barrieren für die ressourcenschonende Kreislaufwirtschaft	12
2. IST DEUTSCHLAND WIRKLICH EFFIZIENT? ÜBERBLICK ÜBER THEORIE UND PRAXIS	13
a. Politischer und rechtlicher Rahmen in Deutschland	14
b. Deutschlands Abfallwirtschaft – ein Paradox?	16
3. SUPERMÄRKTE UNTER DER LUPE	19
a. Tägliche Einkaufsgewohnheiten in Deutschland	19
b. Deutsche Supermärkte	22
c. Deutsche Supermärkte und Nachhaltigkeit	22
d. Hintergrund: die Ressourcenpolitik von Supermärkten	24
4. „CUTTING THE CRAP“ IST EIN GUTER START	25
a. Das Potenzial zur Reduzierung von Materialverbrauch im Supermarktsektor	25
b. „Cut the Crap“! Vier konkrete Schritte, die jeder Supermarkt befolgen sollte	29
5. FAZIT UND EMPFEHLUNGEN	33
6. Quellen	40

*In diesem Bericht werden die Möglichkeiten untersucht, den unnötigen Ressourcenverbrauch durch Konsumgüter zu senken. Der Fokus liegt auf Produkten, die in Supermärkten verkauft werden. Hervorgehoben wird Deutschland als Europas führende Wirtschaftsmacht, wo viele der großen europäischen Supermarktketten ihren Sitz haben und das Umweltbewusstsein relativ hoch ist. Deutschland – beginnend mit dem Supermarktsektor – kann Vorreiter in der Kreislaufwirtschaft werden, wenn über bloße Rhetorik hinaus Maßnahmen ergriffen werden, die zu einem grundlegenden Wandel führen.*

Der Mensch ist im letzten Jahrhundert zu einem geologischen Faktor geworden, mit schwerwiegenden Folgen für die Umwelt und das Klima. Während seiner kurzen Präsenz auf der Erde hat es der *Homo sapiens* geschafft, mehr Sedimente durch Bergbau abzulagern als alle Flüsse auf der Erde bewegt haben; die Erde zu erwärmen; ein Loch in der Ozonschicht zu hinterlassen und die Ozeane zu versauern. Der enorme Verbrauch an begrenzten Ressourcen ist Teil des Problems: Wir nutzen bereits 1,5-mal mehr Ressourcen als die Erde regenerieren kann. Ungebremst führt das bis 2050 zu einem Verbrauch, der drei bis fünf Planeten ausmacht.

Wenn wir unseren Konsum nicht drastisch ändern, wird in unseren Ozeanen 2050 mehr Plastik als Fisch schwimmen und wir werden in einer Welt mit extremem Wetter leben. Die Lebensmittelproduktion wird einbrechen. Millionen Menschen werden im Kampf um Ressourcen und an exotischen Krankheiten sterben. Die Armen und Schwachen werden am stärksten betroffen sein. Eine derart düstere Zukunft kann noch abgewendet werden, wenn wir jetzt handeln, um unseren Verbrauch in Einklang mit den begrenzten Ressourcen der Erde zu bringen.

Ein Teil der Lösung liegt darin, unser Konsumverhalten zu ändern. Heute ist es geprägt vom Anschaffen enormer Mengen an Konsumgütern, die dann weggeworfen werden. Statt einer Wegwerfwirtschaft brauchen wir in Zukunft eine ressourceneffiziente Kreislaufwirtschaft. Die Idee der Kreislaufwirtschaft basiert darauf, die Grenzen zu respektieren, die uns unsere Umwelt setzt. Sie zielt darauf ab, den Verbrauch an Rohstoffen, Energie und Wasser so gering wie möglich zu halten – ebenso den Ausstoß von Schadstoffen. Materialien werden so lange wie möglich genutzt, um den maximalen Wert herauszuholen. Ist ein Produkt am Ende seines Lebens angekommen, wird es recycelt und damit erneut in den Kreislauf gegeben. Ressourceneffizienz ist eine ergänzende Strategie, die darauf abzielt, die Menge an Material und anderen Ressourcen zu minimieren, die zur Herstellung des einzelnen Produkts eingesetzt wird. Beides sind Schlüsselemente für den Wandel zu nachhaltiger Produktion und Konsum.

Der Umgang mit Energie kann als direkter Vergleich herangezogen werden: Wir müssen so schnell wie möglich auf ein System umsteigen, das zu 100 Prozent auf erneuerbaren Energien basiert. Der Übergang wird leichter und billiger, wenn der Energieverbrauch durch effiziente Maßnahmen und Technologien gesenkt wird – mit direkten wirtschaftlichen und sozialen Vorteilen.

In zahlreichen Studien wurden die wirtschaftlichen und sozialen Vorteile eines Wechsels zu Ressourceneffizienz und Kreislaufwirtschaft herausgearbeitet. Eine Studie der Europäischen Kommission belegt, dass die Einführung eines Ressourcenproduktivitätsziels von 30 Prozent für die gesamte EU bis 2030 das Bruttoinlandsprodukt (BIP) um fast ein Prozent steigern könnte und über zwei Millionen Jobs schaffen würde im Vergleich zu einem *Business-*

**Heute ist unser Konsumverhalten geprägt vom Anschaffen und Wegwerfen enormer Mengen an Konsumgütern. Statt einer Wegwerfwirtschaft brauchen wir eine ressourceneffiziente Kreislaufwirtschaft.**

Dieser Bericht zeigt, wie deutsche Supermärkte die Vorteile der Ressourceneffizienz realisieren können. Rund 20 Prozent Materialien über die gesamte Angebotsbreite der deutschen Supermarktprodukte können eingespart werden. Ein Großteil der Einsparungen wäre erreichbar durch Umstellen auf effizientere Produkte sowie durch innovative Geschäftsmodelle, die nicht auf Eigentum, sondern auf Dienstleistung basieren.

*as-usual*-Szenario. Eine vergleichbare Studie der WRAP Initiative, die von der britischen Regierung unterstützt wird, hat zu einem ähnlichen Ergebnis geführt: Der Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft hat das Potenzial, circa 1,2 bis 3 Millionen Jobs in Europa zu schaffen und bis 2030 die strukturelle Arbeitslosigkeit um 250.000 bis 520.000 zu verringern. Schon heute sind mehr als 3,4 Millionen Europäer in der Kreislaufwirtschaft beschäftigt.

Trotz der Vielzahl an Vorteilen und der Lippenbekenntnisse von ranghohen Politikern und Führungskräften aus der Wirtschaft zur ressourceneffizienten Kreislaufwirtschaft geht es nur langsam voran und konkrete Aktionen und Initiativen von Marktteilnehmern sind lückenhaft. Firmen werfen mehr und mehr „Zeug“ auf den Markt, obwohl es effizientere Alternativen gibt. Dabei ist ressourceneffiziente Produktion eine einfache und praktikable „No Regret“-Option. Aber unzureichendes Wissen und Bewusstsein der Verbraucher, die Trägheit der Marktteilnehmer und Hürden aus Gesetzen und Verordnungen verhindern das Vorankommen. Ein radikal neuer Ansatz ist nötig.

Dieser Bericht zeigt, wie deutsche Supermärkte die Vorteile der Ressourceneffizienz realisieren können. Er führt zu dem Schluss, dass rund 20 Prozent des Materials über die gesamte Angebotsbreite der deutschen Supermarktprodukte eingespart werden könnte. Ein Großteil der Einsparungen wäre durch Umstellen auf effizientere Produkte erreichbar, etwa durch ein größeres Angebot von Produkten aus recycelten Materialien, weniger Verpackungen oder effizientere Inhaltsstoffe - zum Beispiel komprimierte und verdichtete Flüssigkeiten. Bisher ungenutztes Sparpotenzial bieten auch innovative Geschäftsmodelle, die nicht auf Eigentum, sondern auf Leasing und Dienstleistungen setzen. Derartige Veränderungen wären nicht nur gut für die Umwelt, sondern würden eine Reihe anderer Vorteile mit sich bringen - umso mehr, würden sie die gesamte Wirtschaft erfassen. Die Ergebnisse dieses Berichts zeigen, dass fast 700.000 neue Jobs geschaffen werden und die Brutto-Erzeugerpreise um 4,3 Prozent sinken können, würde die Ressourceneffizienz bis 2030 um rund 20 Prozent steigen. Niedrigere Produktionskosten in der verarbeitenden Industrie würden deutschen Firmen helfen, wettbewerbsfähiger zu werden: Sie können zu einem Anstieg der Exporte um fast 5 Prozent und einem Fallen der Importe um bis zu 10 Prozent führen.

Die Recherche für diesen Bericht hat ergeben, dass den meisten Supermärkten die Vorteile der Ressourceneffizienz nicht bewusst sind. Die Händler haben eine starke Marktposition: Fünf der europäischen Top-10-Supermärkte kommen aus Deutschland - sie nehmen eine Schlüsselrolle zwischen Produzenten und Konsumenten ein, mit der sie die Produktpalette auf dem Markt beeinflussen könnten. Aber in keinem der deutschen Supermärkte wurden bislang Maßnahmen ergriffen, die explizit die Ressourceneffizienz der verkauften Produkte betreffen. Das muss sich ändern. Der Bericht schließt mit der Aufforderung an die fünf größten Supermärkte, ihre ineffizientesten Produkte sofort durch bessere Alternativen zu ersetzen, Verpackungen zu reduzieren, konkrete Ziele zu setzen und Maßnahmen zu ergreifen, um ressourcenschonender zu werden. Die Ressourcenkrise, mit der wir konfrontiert werden, ist dringend und Supermärkte müssen augenblicklich ihren Teil zur Lösung dieses Problems beitragen.

## 1. EINFÜHRUNG ZU RESSOURCENEFFIZIENZ UND KREISLAUFWIRTSCHAFT

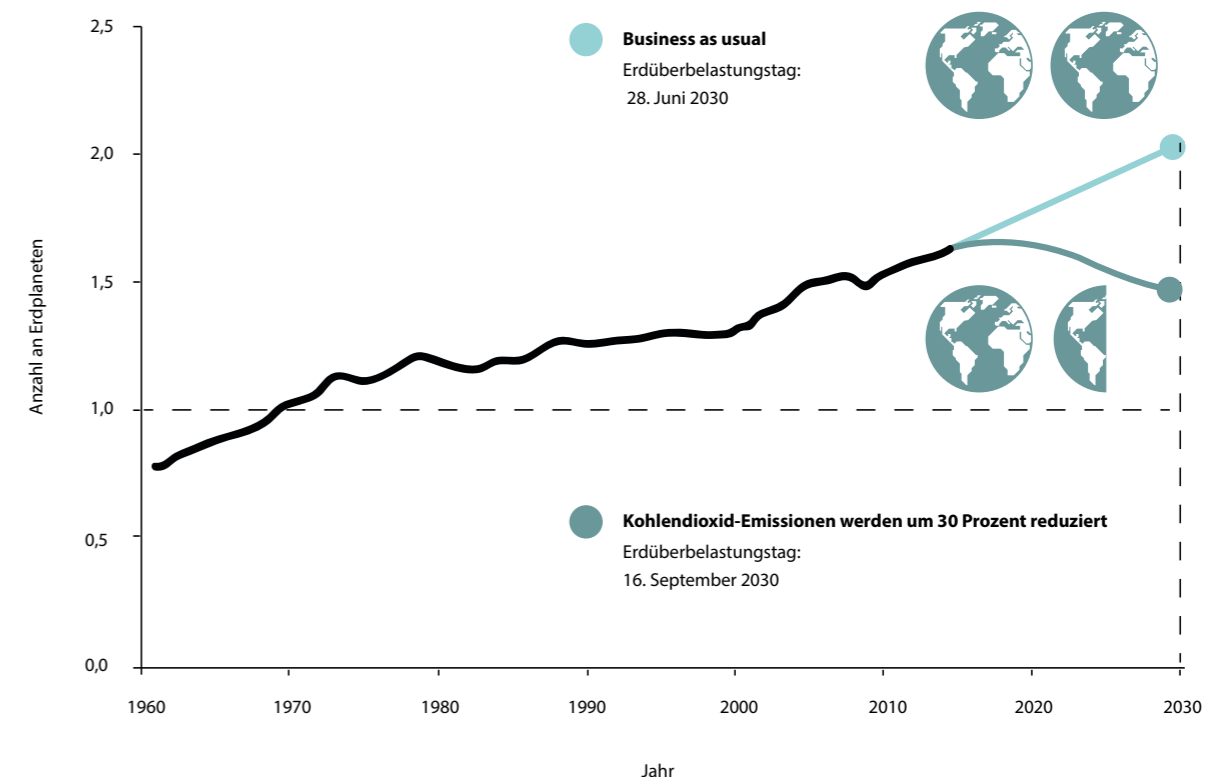
*Dieses Kapitel beleuchtet die Frage, warum ein Wechsel vom traditionellen Konsumansatz (produzieren, konsumieren, wegwerfen) zu einem ressourcenschonenden Wirtschaftskreislauf notwendig ist. Der aktuelle Ressourcenverbrauch und das absehbare Wachstum werden analysiert und es wird gezeigt, dass der derzeitige Trend umgekehrt werden muss, um den Grenzen unseres Planeten gerecht zu werden. Entwickelte Länder wie Deutschland müssen eine Führungsrolle in der Ressourceneffizienz übernehmen. Ressourceneffizienz ergänzt die Kreislaufwirtschaft und ist eine Voraussetzung für eine wirklich nachhaltige Zukunft.*

### a. Warum Ressourceneffizienz?

Die Menschheit verbraucht aktuell 1,5-mal mehr Ressourcen als die Erde erneuern kann. Falls sich nichts ändert, dann wird sich diese Menge bis zu dem Punkt steigern, an dem das 3- bis 5-fache an Erden bis 2050 verbraucht werden wird (Global Footprint Network, 2016). Das Ergebnis: Mangel an Ressourcen, Zusammenbruch der Fischerei, Artensterben, Abholzung und das rapide Wachstum von CO<sub>2</sub>-Emissionen und -Verschmutzung. Diese Überbelastung resultiert daraus, dass wir Bäume schneller fällen als sie wachsen, mehr Kohlendioxid ausstoßen als unser Planet verarbeiten kann und Fische schneller aus den Ozeanen gezogen werden als die Bestände nachwachsen. Dies ist auf Dauer nicht nachhaltig. Da wir nur einen Planeten haben, müssen wir die Funktionsweise unserer Wirtschaft drastisch ändern, unseren unersättlichen Hunger auf Ressourcen zügeln und mehr mit weniger machen.

Abbildung 1: Notwendige Reduktion des Ressourcenverbrauchs, um den Grenzen unseres Planeten gerecht zu werden (Global Footprint Network, 2016)

### Wie viele Erden brauchen wir, um die Menschheit zu versorgen?



Entwickelte Länder verbrauchen weitaus mehr Ressourcen als weniger entwickelte. Deutschland, zum Beispiel, verbraucht 2,6-mal mehr Ressourcen pro Kopf als die Erde erneuern kann, während der Pro-Kopf-Verbrauch in Bangladesch im Rahmen des Verträgliches für unseren Planeten liegt (WWF, 2014, S. 36-37). Deutschland hat ein ökologisches Defizit durch den



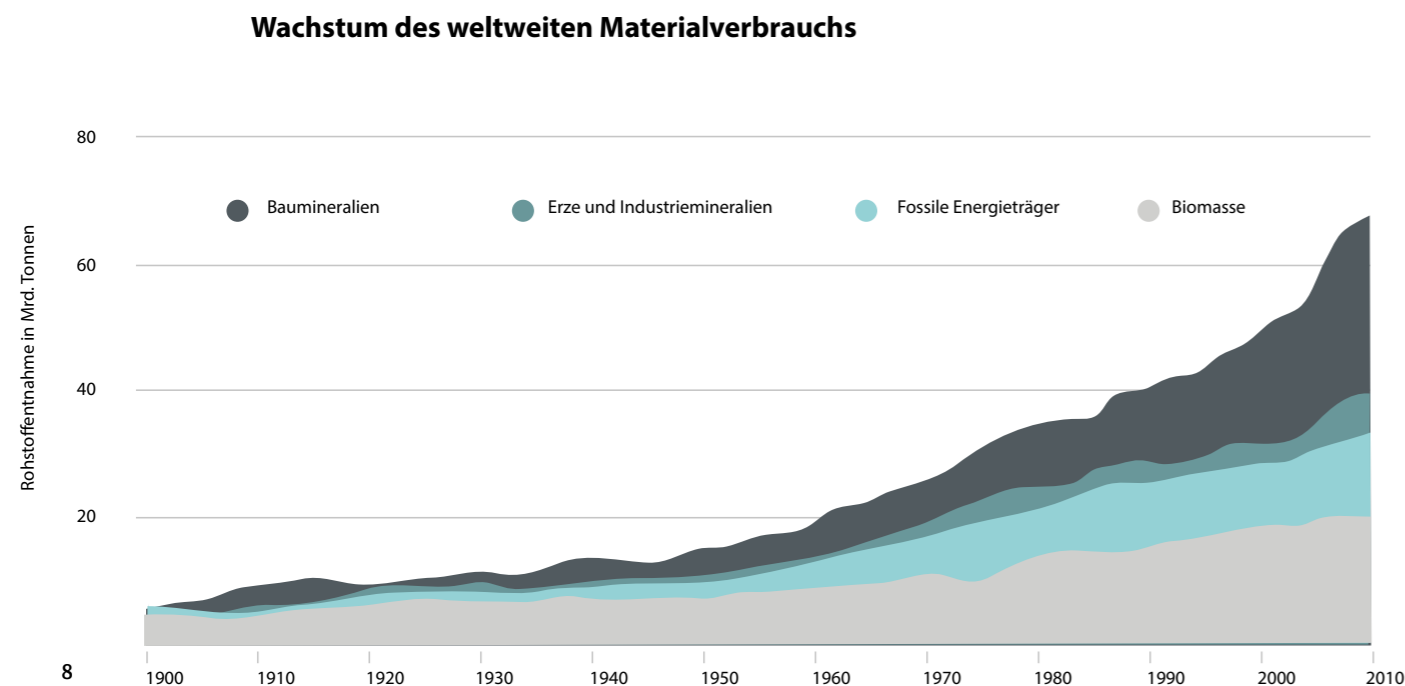
### KASTEN 1: UMBAU VON EINER LINEAR- ZU EINER KREISLAUFWIRTSCHAFT: BEISPIEL PLASTIK

Die Ellen MacArthur Foundation und McKinsey haben im Januar 2016 die erste umfassende Auswertung des globalen Umlaufs an Plastikverpackungen veröffentlicht und festgestellt, dass die meisten Plastikverpackungen nur einmal verwendet werden. Das bedeutet, dass 95 Prozent des Materialwerts der Plastikverpackungen der Wirtschaft verloren gehen, zwischen 73-110 Milliarden Euro jährlich. Darüber hinaus erzeugt Plastikverpackungsmüll weitere negative Effekte wie Meeresverschmutzung im Wert von 37 Milliarden Euro. Bei dem vorhergesagten Konsumwachstum unter dem „Business-as-usual“-Szenario wird erwartet, dass in den Ozeanen bis 2050 mehr Plastik als Fisch schwimmt. Außerdem wird die Plastikindustrie 20 Prozent des geförderten Öls und 15 Prozent des jährlichen Kohlendioxidhaushalts verbrauchen.

Quelle: Ellen MacArthur Foundation, 2016

Import von Rohstoffen und den Verbrauch von Ressourcen anderer Nationen. Der ökologische Fußabdruck der fünf weltweit bevölkerungsstärksten Länder (China, USA, Indien, Brasilien und Russland) macht in absoluten Zahlen über die Hälfte des gesamtglobalen Fußabdrucks aus. Ein anderes Bild entsteht, wenn man den Pro-Kopf-Verbrauch betrachtet: Dann liegt das höchste ökologische Defizit in Kuwait und Katar (ebd.). Der übermäßige Verbrauch von Ressourcen durch reiche Leute hat einen unverhältnismäßigen Einfluss auf die Armen, die sich keine Ressourcen aus dem Ausland leisten können. Es sind die weniger wohlhabenden Mitglieder einer Gesellschaft, die gewöhnlich am meisten unter Konflikten und Kriegen um Ressourcen leiden, was zu Migration, Hungersnöten und frühzeitigem Tod führt.

Abbildung 2: Entwicklung der weltweiten Rohstoffentnahmen (Bundesministerium für Umwelt, 2012)



Um diesen Trend umzukehren, müssen wir uns vom traditionellen Konsummuster „Nehmen-Machen-Konsumieren-Wegschmeißen“ lösen und zu einer **Kreislaufwirtschaft** kommen, die umweltbedingte Grenzen respektiert, den Verbrauch von Rohstoffen, Energie und Wasser einschränkt und Emissionen verringert. Innovationen wie EcoDesign, die *Sharing Economy* und Geschäftsmodelle, die auf Wiederverwertung, Reparatur und Recycling setzen, schließen die Konsumschleife und helfen, Abfall zu reduzieren. In der Kreislaufwirtschaft wird der Verbrauch von Ressourcen minimiert, weil sie so lange wie möglich benutzt werden, um den maximalen Wert herauszuholen. Danach werden sie recycelt, um am Ende des Produktlebens die Materialien zurückzugewinnen. Soweit die Theorie. Die Realität ist im Moment noch weit davon entfernt. Und eine Wiedergewinnung der Ausgangsstoffe zu 100 Prozent wird nie möglich sein, da einige Materialien nicht wiederverwertet oder unbegrenzt recycelt werden können - zum Beispiel Plastik.

Deshalb müssen wir die Ressourcen drastisch reduzieren, die wir konsumieren. Die Optimierung von Ressourcen wird **Ressourceneffizienz** genannt und ist eine ergänzende Kennziffer im Kreislaufwirtschaftskonzept. Ressourcen zu schonen bedeutet, den Verbrauch bereits am Anfang der Wertschöpfungskette zu minimieren (durch die Herstellung von Produkten mit weniger Ressourcen) und gleichzeitig andere Konsumgewohnheiten herauszubilden. Abbildung 2 zeigt den Anstieg des Materialverbrauchs im 20. Jahrhundert - ein Trend, der umgekehrt werden muss. Dieser Ansatz stellt keine Alternative zur Kreislaufwirtschaft dar, sondern sollte als ein notwendiges Mittel betrachtet werden, den Konsum in die Grenzen der Erde zurückzuführen.

Mehrere Initiativen, angeführt von großen Volkswirtschaften, haben sich bemüht, Ressourceneffizienz und die Kreislaufwirtschaft auf die politische Agenda zu setzen. Aber trotz erklärter Unterstützung von höchster Ebene sind konkrete Aktionen und Initiativen von Marktteilnehmern eher selten. Firmen werfen mehr und mehr Produkte auf den Markt, obwohl es effizientere Alternativen gibt und die Einführung einer ressourceneffizienten Produktion eine einfache und „No Regret“-Option ist. Indem wir den Abfall überall in der Wirtschaft reduzieren, werden Wiederverwertung, Recycling und Abfallreduzierung einfacher und billiger.

Der Fokus dieses Berichts liegt auf der Ressourceneffizienz bei Konsumgüterprodukten, die im Supermarkt verkauft werden. Der Schwerpunkt liegt dabei auf dem Materialverbrauch. Andere Ressourcen wie Wasser und Flächen werden so weit wie möglich berücksichtigt, ebenso die Reduzierung von CO<sub>2</sub>-Emissionen, die durch den Verbrauch dieser Güter entstehen. Europas Wirtschaftsmacht Deutschland wird hervorgehoben, weil einige der größten europäischen Supermärkte hier ihren Hauptgeschäftssitz haben und das Umweltbewusstsein relativ hoch ist. Deutschland kann ein Vorreiter bei der Reduzierung des Ressourcenverbrauchs und der Förderung einer Kreislaufwirtschaft sein, die durch konkrete Aktionen und Maßnahmen hervorsteht und sich von den üblichen Lippenbekenntnissen absetzt. Sie beginnt in den deutschen Supermärkten.

### b. Kreislaufwirtschaft und Ressourceneffizienz: mehrere Vorteile

Die Kreislaufwirtschaft ist eine Alternative zur traditionellen linearen Wirtschaft, in der Ressourcen nur einmal benutzt und dann weggeworfen werden. Das Ziel ist eine Wirtschaft, die auf Naturkreisläufen und minimalem Ressourcenverbrauch basiert und darüber hinaus weder andere Nationen noch zukünftige Generationen belastet (UBA, 2015). Das Konzept der Kreislaufwirtschaft basiert auf dem Abfallhierarchieprinzip, das durch Rechtsvorschriften der EU

Die beste und “No Regret“-Option ist Abfallvermeidung, indem man Materialien gar nicht erst einsetzt. Dieses gelingt durch weniger Konsum, weniger - aber recycelbare und wiederverwendbare - Materialien in Konsumgütern und weniger Verpackungen.

# ABFALLHIERARCHIE

Die Abfallhierarchie klassifiziert die verschiedenen Optionen zum Umgang mit Abfall. Sie hebt hervor, wie wichtig Abfallvermeidung und Steigerung der Ressourceneffizienz sind.

## VERMEIDUNG

Zum Beispiel:



WENIGER  
VERPACKUNGEN



WENIGER  
MATERIALIEN  
IN  
KONSUMGÜTERN



WENIGER  
VERBRAUCH

## WIEDERVERWENDUNG

## RECYCLING

## ENERGETISCHE VERWERTUNG

## BESEITIGUNG

definiert wird und verschiedene Optionen zum Umgang mit Abfällen aufführt. Die beste Option ist das Vermeiden von Abfall durch Reduktion des Materials, das in den Wirtschaftskreislauf gelangt. Dies kann generell durch weniger Konsum und weniger Material in Konsumentengütern erreicht werden, durch Recycling und Wiederverwertung dieser Materialien und letztendlich durch Verzicht auf unnötige Verpackungen. Dieser Bericht konzentriert sich auf den ersten Teil der Abfallhierarchie: die Reduzierung des Verbrauchs an Ressourcen, bevor sie in den Wirtschaftskreislauf eintreten. Eine Studie zeigt, dass 90 Prozent der Rohstoffe für Produkte zu Abfall werden, bevor das Endprodukt die Fabrik verlässt - und 80 Prozent der hergestellten Produkte innerhalb der ersten sechs Monate weggeworfen werden (Perella, 2015). Wir wären unserem Ziel einer Kreislaufwirtschaft erheblich näher, wenn wir dem Abfall an dieser Stelle des Produktlebenszyklus einen Riegel vorschieben würden. Der nächste Schritt wäre die Wiederverwertung oder das Recycling der gebrauchten Produkte, gefolgt von Rückgewinnung von Energie. Es sollten nur Produkte auf Mülldeponien landen, für die keine andere Möglichkeit mehr besteht.

### KASTEN 2: KREISLAUFWIRTSCHAFT UND JOBS

Die Expansion der Kreislaufwirtschaft hat das Potenzial, bis 2030 zwischen 1,2 bis 3 Millionen Jobs in Europa zu schaffen und die strukturelle Arbeitslosigkeit um 250.000 bis 520.000 zu verringern. Vorsichtig geschätzt würden die meisten Arbeitsplätze (328.000) in Deutschland geschaffen, Großbritannien rangiert an zweiter Stelle (210.000) und Italien (154.000) an dritter. Schon heute arbeiten mehr als 3,4 Millionen Europäer in der Kreislaufwirtschaft.

Quelle: WRAP, 2015

Der Übergang von einer linearen Wirtschaft zu einer ressourcenschonenden Kreislaufwirtschaft bringt viele Vorteile mit sich. Erstens trägt er wesentlich zur Reduktion des Verbrauchs von „ursprünglichen“ Ressourcen bei, das heißt von Ressourcen, die vorher nicht genutzt wurden - und damit zur Verringerung der Importabhängigkeit. Europa - zum Beispiel - ist weit davon entfernt, autark zu sein, da es sechsmal mehr Materialien und Ressourcen importiert als exportiert (EC, 2014, S.10-11). Der Zugang zu Rohstoffen ist ausschlaggebend für die EU-Industrie und 30 Millionen Jobs hängen von Materialien ab, die von außerhalb der EU kommen - einige davon sind besonders wichtig. Zweitens zeigt eine Studie der Ellen MacArthur Foundation (2015, S. 15), dass die Kreislaufwirtschaft zum Wohlstandsgewinn beitragen könnte: durch einen Anstieg des verfügbaren Einkommens europäischer Haushalte von bis zu 11 Prozent im Vergleich zum derzeitigen Stand. Auch die Umwelt würde profitieren: Die CO<sub>2</sub>-Emissionen könnten erheblich reduziert werden - bis 2030 um bis zu 48 Prozent, bis 2050 sogar um bis zu 83 Prozent (im Vergleich zum Niveau in 2012). Und zu guter Letzt ließen sich in Europa bis 2030 durch den Umstieg in die Kreislaufwirtschaft zusätzlich bis zu drei Millionen neue Jobs schaffen. Laut WRAP (2015) arbeiten bereits 3,4 Millionen Menschen in der EU in der Kreislaufwirtschaft, unter anderem im Reparatur-, Abfall-, Recycling- und Mietsektor. Im Gegensatz zur Primärproduktion sind Weiterverkäufer und Recyclingfirmen normalerweise geographisch nah bei den Märkten, auf denen ihre Güter verkauft werden. Das ist der Grund, warum die Kreislaufwirtschaft so viele lokale Jobs schafft (Ellen MacArthur Foundation, 2012).

### KASTEN 3: DAS EU-KREISLAUFWIRTSCHAFTS-PAKET

Die Europäische Kommission hat im Dezember 2015 einen Vorschlag für ein Gesetzespaket zur Kreislaufwirtschaft veröffentlicht, der leider keine konkreten Maßnahmen zur Ressourceneffizienz vorschreibt. Dieses Gesetzespaket wurde auch kritisiert, weil es weniger ehrgeizige Ziele formuliert als ein früherer Entwurf, welcher von der Juncker-Kommission verworfen worden war (zu Gunsten der Agenda zur „besseren Gesetzgebung“). Die Vorgabe für die Wiederverwertung kommunaler Abfälle wurde von 70 auf 65 Prozent, für Verpackungsmüll von 80 Prozent auf 75 Prozent herabgesetzt - alles bis 2030. Die Kommission scheiterte auch daran, ein spezifisches ressourcenschonendes Ziel auszuarbeiten, obwohl dieses viele Vorteile mit sich bringen würde. Der Vorschlag liegt nun beim Europäischen Parlament und Rat, und es bleibt abzuwarten, wie er in eindeutige Marktsignale für die Wirtschaftsakteure der verschiedenen Sektoren umgesetzt wird.

Quelle: Euractiv 2015

Die Akzeptanz von Ressourceneffizienz als Leitprinzip der Produktion bringt erhebliche Vorteile. Zahlreiche Studien zeigen, dass die Einführung ressourcenschonender Maßnahmen den Firmen sofort nutzt. Branchenübergreifend liegt der Nettovorteil aus verbesserter Ressourceneffizienz im Bereich von 3 bis 8 Prozent des jährlichen Umsatzes (basierend auf den wirtschaftlichen Möglichkeiten, für Firmen in drei Industriebereichen: Nahrungsmittel- und Getränkeherstellung, Metallwarenherstellung sowie Gastronomie und Nahrungsmitteldienstleistung) (EC, 2014, S. 12). Das Setzen eines konkreten Ressourcenproduktivitätsziels von 30 Prozent bis 2030 für die gesamte EU könnte im Vergleich zum „Business-as-usual“-Szenario auf makroökonomischer Ebene zur Erhöhung des BIP um circa 1 Prozent führen und über 2 Millionen Jobs schaffen (EC, 2014, S. 15).

### c. Barrieren für die ressourcenschonende Kreislaufwirtschaft

Trotz der vielen Vorteile wird die Einsparung von Ressourcen nicht automatisch erfolgen. Wir verbrauchen schon jetzt 1,5-mal mehr Ressourcen als die Erde auf Dauer liefern kann. Klar ist, dass sich die Wirtschaft nicht selbst korrigieren und den Konsum auf ein Niveau bringen kann, das im Einklang mit den Grenzen der Umwelt steht. Um sicherzustellen, dass wir uns in die richtige Richtung bewegen, bedarf es der Intervention der Regierungen, Innovation und richtungweisenden Verhaltens von verantwortungsbewussten Firmen. Die folgenden Hürden stehen einer ressourcenschonenden Kreislaufwirtschaft im Weg: Zugangshemmnisse für innovative Projekte und Produkte wie regulatorische Hindernisse in Bezug auf die Rücknahme von Produkten und Verpackungen; mangelnde Informationen über Einsparpotenziale und die zukünftige Nachfrage nach neuen Produkten; dazu blockieren dominierende Marktteilnehmer den Weg für neue Marktteilnehmer (EC, 2014, S. 11). Ein weiteres Problem ist die Unkenntnis: Eine aktuelle Studie bei ungefähr 300 kleinen Unternehmen in England, Frankreich und Belgien hat ergeben, dass fast 50 Prozent noch nie vom Konzept der Kreislaufwirtschaft gehört hatten (Perella, 2015). Diese Hindernisse sollten von allen Marktteilnehmern und Regulierungsstellen schnell beseitigt werden. Dieser Bericht zeigt, wie das für die Konsumgüterbranche in Deutschland erreicht werden kann.

## 2. IST DEUTSCHLAND WIRKLICH EFFIZIENT? ÜBERBLICK ÜBER THEORIE UND PRAXIS.

*Die deutsche Wirtschaft ist sehr exportorientiert, mit einem starken Schwerpunkt auf der verarbeitenden Industrie, wie beispielsweise dem Automobil- und Maschinenbau. Die Möglichkeit, Produkte für den Export herzustellen, hängt jedoch von Rohstoffen ab, die zum größten Teil aus dem Ausland importiert werden müssen. Infolgedessen und aufgrund der wachsenden Sorge um Nachhaltigkeit scheinen Ressourceneffizienz und die Verringerung der Importabhängigkeit Deutschlands für die Bundesregierung Priorität zu haben. So wurden ein Ressourcenproduktivitätsziel und einige Maßnahmen zum Abfallmanagement im Rahmen einer deutschen Kreislaufwirtschaftsgesetzgebung eingeführt. Dennoch steigt der Ressourcenverbrauch, und Deutschland steht als Abfallverursacher (pro Kopf) an fünfter Stelle in Europa. Entgegen der europäischen Abfallhierarchie (siehe Einleitung) wird ein hoher Anteil des Abfalls verbrannt. Der Grund dafür: Überkapazitäten in Verbrennungsanlagen und falsch gesetzte Preisanreize.*

Deutschland gilt als weltweit führend in Ressourceneffizienz und Abfallpolitik. Als eines der wenigen Länder der Welt hat es ein Ressourcenproduktivitätsziel und ein Ziel zur Entkopplung des Abfallaufkommens und der Ressourcennutzung vom Wirtschaftswachstum. Zudem ist Deutschland europäischer Spitzenreiter beim Abfallmanagement - 48 Prozent der Siedlungsabfälle werden recycelt, 18 Prozent kompostiert und 34 Prozent werden verbrannt. Die Recyclingrate liegt im EU-Durchschnitt bei 40 Prozent.

Werden außerdem die nicht-städtischen Abfallströme berücksichtigt, dann liegt Deutschlands Recyclingquote bei fast 70 Prozent - vor allem wegen der Wiederverwertung von Bauschutt und Abbruchabfall.

Allerdings offenbart ein genauer Blick auf die Daten zum Ressourcenverbrauch und Abfall pro Kopf, dass Deutschland nicht so gut dasteht: Der absolute Ressourcenverbrauch pro Kopf liegt bei mehr als 50 Tonnen jährlich, was weit über den 6 Tonnen liegt, die von internationalen Wissenschaftlern als nachhaltig und fair errechnet wurde, um den Grenzen der Erde gerecht zu werden (*Rat für Nachhaltige Entwicklung*, 2011). Der Ressourcenverbrauch von schnelllebigen Konsumgütern (Güter, die häufig in Supermärkten gekauft werden) liegt bei 10 Tonnen pro Person (Wilts et al., 2016, S. 34). Zum Vergleich: Der Materialverbrauch pro Kopf in Afrika liegt im Durchschnitt nur bei 5 Tonnen pro Person jährlich (UBA, 2013, S.2). Weniger zu verbrauchen ist nicht nur gut für die Umwelt, sondern ist auch eine Frage der Umweltgerechtigkeit.

Die Siedlungsabfälle lagen in Deutschland mit 617 Kilogramm je Einwohner in 2013 weit über dem EU Durchschnitt von 481 Kilogramm (Eurostat, 2015). Das macht Deutschland zum größten Abfallverursacher in der EU, pro Kopf betrachtet zum fünftgrößten. Für die Menge an Verpackungsmüll, die pro Kopf produziert wird, hat Deutschland den fragwürdigen Titel des Europameisters inne. Um diesen Widerspruch aufzulösen, muss untersucht werden, welche Richtlinien es in Deutschland zu Ressourceneffizienz und Abfallverwertung gibt und wie sie in der Praxis umgesetzt werden.

**Die Siedlungsabfälle lagen in Deutschland mit 617 Kilogramm je Einwohner weit über dem EU-Durchschnitt von 481 Kilogramm in 2013. Das macht Deutschland zum größten Abfallverursacher in der EU, pro Kopf betrachtet zum fünftgrößten.**

Deutschland hat das Ziel, die Ressourcenproduktivität bis 2020 zu verdoppeln, aber dieses Ziel ist nicht bindend, und die Messweise ist fehlerbehaftet und führt deswegen nicht unbedingt zu weniger Ressourcenverbrauch.

## a. Politischer und rechtlicher Rahmen in Deutschland

Ursprünglich wurde die Infrastruktur zum Beseitigen von Müll aufgebaut, um eine günstige, zuverlässige und - ab den 70er Jahren - umweltfreundliche Abfallentsorgung sicherzustellen. Müll wurde als potentielle Gefahr für die Gesundheit wahrgenommen und die Verantwortung für die Entsorgung auf Deponien außerhalb der Städte oder in Müllverbrennungsanlagen wurde von den Behörden übernommen. Dieses System mit seiner technischen Infrastruktur, seinen Entscheidungsstrukturen und Verhaltensmustern hatte und hat einen einzigen Zweck: zu verhindern, dass die Gesellschaft in Müll erstickt (Wilts et al, 2016, S.8). Erst seit wenigen Jahren wird Abfall als Ressource wahrgenommen, und die Regierungen versuchen seither, den Umgang mit Müll zu verändern - durch Einführung der Abfallhierarchie und der Kreislaufwirtschaft. Der Fokus bewegt sich langsam vom Abfallmanagement zur Ressourcenoptimierung.

### Deutsche Ressourceneffizienzstrategien

Deutschlands Rahmenprogramm zur Ressourceneffizienz wird von drei Säulen getragen: der nationalen Nachhaltigkeitsstrategie, der Rohstoffstrategie der Bundesregierung und dem deutschen Ressourceneffizienzprogramm (ProgRes).<sup>1</sup> Seit 2002 lautet das Ziel der nationalen Nachhaltigkeitsstrategie: Verdoppeln der Ressourcenproduktivität bis 2020 im Vergleich zu den Ausgangswerten von 1994. Es wird an der Menge an Ressourcen gemessen, die gebraucht wird, um einen Euro Bruttoinlandsprodukt (BIP) zu erwirtschaften.

Die Existenz eines Ziels zur Ressourceneffizienz ist ein wichtiger Schritt, allerdings ist dieses Ziel nicht bindend und die Art der Messung führt nicht zu weniger Ressourcenverbrauch. Die meisten Experten und Vertreter der Zivilgesellschaft kritisieren insbesondere, dass der Ressourcenverbrauch relativ zum BIP und nicht absolut gemessen wird (siehe z.B. BUND, 2015, S.3 und NABU et al., 2013). Dieser Ansatz adressiert den übermäßigen Ressourcenverbrauch nicht - mit steigendem BIP kann der Ressourcenverbrauch noch weiter wachsen. Besser wäre es, den Verbrauch in absoluten Zahlen und in Relation zur Bevölkerung (pro Kopf) zu messen. Außerdem wird nur der Inlandsverbrauch von Materialien erfasst und nicht korrekt der Import von Materialien aus dem Ausland einbezogen, von denen Deutschland abhängig ist. Importe und Exporte werden mit ihrem spezifischen Gewicht erfasst, wenn sie Ländergrenzen überschreiten. Eine bessere Methode wäre es, das Gewicht des Materials zu messen, das zur Produktion der Güter verwendet wurde. Die Gesamtsumme von Rohstoffen, die zur Herstellung von Produkten gebraucht werden, ist um einiges größer als das Gewicht der Produkte. Wenn man nur den Indikator zur Messung des Inlandskonsums pro BIP-Einheit verwendet, dann ist Deutschland das 8. ressourcenproduktivste Land in der EU - und liegt knapp über dem EU Durchschnitt. Wird eine umfangreichere Art der Messung pro Kopf vorgenommen, dann entsteht ein anderes Bild: Deutschland entpuppt sich als eines der Länder mit dem höchsten Materialverbrauch pro Einwohner (Wilts, 2016, S.35).

Sogar mit schwachen Kennzahlen wird die deutsche Regierung ihr Ressourceneffizienzziel um 20 Prozent verfehlen (BMUP, 2015, S. 23). Das liegt zweifelsfrei daran, dass verbindliche Maßnahmen für spezifische Sektoren der Wirtschaft fehlen. Um dies besser zu verstehen, müssen wir uns das deutsche Ressourceneffizienzprogramm näher ansehen, das 2012 eingeführt wurde, um der Regierung zu helfen, das Ressourcenproduktivitätsziel zu erreichen. Es zielt ab auf nachhaltige Gewinnung und Verbrauch von natürlichen Rohstoffen und das Mini-

<sup>1</sup> In Europa haben zurzeit nur drei Länder eine verpflichtende nationale Strategie oder Aktionsplan zur Ressourceneffizienz umgesetzt (Österreich, Finnland und Deutschland).

mieren von einhergehenden Umweltschäden. Der Schwerpunkt liegt auf dem Bereitstellen von Informationsquellen, um es den Schlüsselakteuren zu ermöglichen, ressourcenschonende Potenziale zu erkennen und zu nutzen. Der Fokus bei ProgRes liegt auf freiwilligen Initiativen und Netzwerken, wie z.B. dem VDI Zentrum Ressourceneffizienz (VDI ZRE), das auch das „Netzwerk Ressourceneffizienz“ vertritt, mit dem Ziel, die Integration der Ressourceneffizienz in der Geschäftspraxis zu gewährleisten. Die Entwürfe für ProgRes II stehen momentan zur Diskussion und werden mit großer Wahrscheinlichkeit von der Regierung Anfang 2016 entschieden. Obwohl die politische Kontinuität und der interdisziplinäre Ansatz begrüßt wurden, ernteten die neuen Vorschläge Kritik, weil ein quantitatives Ziel nach 2020 fehlt und wieder ausschließlich auf weiche Kennzahlen zurückgegriffen wird. In der Tat wurden spezifische und marktorientierte Kennwerte wie z.B. produktspezifische Indikatoren und Ziele ebenso fallen gelassen wie Steuerreformen.

### Deutsche Gesetze zur Ressourceneffizienz

Über die unverbindliche ProgRes-Initiative hinaus ist das Kreislaufwirtschaftsgesetz die wichtigste Regelung zu Abfall und Ressourcen. Es legt die Grundsätze zur Kreislaufwirtschaft und Abfallhierarchie fest und verankert den Vorrang der Abfallvermeidung vor Wiederverwertung, Recycling, (Energie-) Rückgewinnung und Entsorgung. Trotzdem setzen bis heute weder dieses noch ein anderes deutsches oder EU-Gesetz ein Ziel für die Vermeidung oder Wiederverwendung von Abfall. Abfall vermeiden durch erhöhte Ressourceneffizienz und Abfallvermeidung durch smartes Design von Produkten bleibt freiwillig. Daraus folgt, dass die wirtschaftlichen Vorteile nicht genutzt werden, die ein besserer Ressourcenverbrauch mit sich bringen würde - inklusive Millionen neuer Jobs. Im Gegensatz zu den unverbindlichen Zielen für Abfallproduktion und Wiederverwertung legt das Kreislaufwirtschaftsgesetz konkrete Maßnahmen zum Recycling fest: Mindestens 65 Prozent des Papiers, Metalls, Plastiks und Glases sowie mindestens 70 Prozent der Bau- und Abbruchmaterialien sollen bis 2020 recycelt werden (§ 14 KrWG). Zurzeit recycelt und kompostiert Deutschland 65 Prozent und verbrennt 35 Prozent des städtischen Mülls, fast nichts wird auf Mülldeponien gebracht. Mit diesen Zahlen nimmt Deutschland die Spitzenposition in Europa ein, wo im Durchschnitt 42 Prozent recycelt und kompostiert, 34 Prozent auf Mülldeponien gelagert und 24 Prozent verbrannt wird.

Ein weiteres wichtiges Abfallgesetz ist die *Verpackungsverordnung*. Sie schreibt vor, wie mit Verpackungsmüll umgegangen wird. Die Verordnung legt marktbasierende Instrumente fest, wie z.B. Übergabe-Systeme für Flaschen (siehe Kasten 4). Sie zwingt Hersteller und Einzelhändler, Verpackungsabfälle zurückzunehmen und für Abfallverwertung zu bezahlen. Damit sind die Hersteller verantwortlich dafür, dass der Verpackungsmüll verwertet wird (auch erweiterte Herstellerverantwortung genannt). Durch das *Grüne Punkt*-System zahlen Hersteller im Voraus für die Wiederverwertung, das Recycling oder die Verbrennung ihrer Verpackungen. Da die Hersteller für das Müllvolumen zahlen müssen, so die Idee, würden weniger Verpackungen hergestellt werden. In den Anfangsjahren dieses Programms ging die Menge tatsächlich

### Deutsches Ressourceneffizienzprogramm: Von ProgRes I (2012) zu ProgRes II (2016)

- Schwerpunkt in ProgRes I: 2012-2015**
  - 20 strategische Vorgehensweisen - z.B. Konsum - öffentliches Bewusstsein, Ressourceneffizienz als Kriterium für Handel und Konsumenten, Zertifizierungssystem für Rohstoffe, öffentliche Auftragsvergabe
- Schwerpunkt in ProgRes II: 2016-2019**
  - 10 Aktionskonzepte - Rohstoffversorgung, ressourcenschonende Produktion, ressourcenschonende Produkte und Verbrauch, ressourcenschonende Kreislaufwirtschaft, ressourcenschonendes Bauen und Stadtentwicklung, ressourceneffizientes ICT, übergreifende Maßnahmen, Ergebnispotenzierung mit anderen Politikbereichen, Unterstützung von Ressourcenpolitik auf lokaler und regionaler Ebene, Stärkung von Ressourcenpolitik auf EU- und internationaler Ebene
- 124 qualitative Vorschläge zur Messung, inklusive der Erweiterung der Abfallrichtlinien und des Bauprogramms.

Tabelle 1: Entwicklung des deutschen Ressourceneffizienzprogramms





#### KASTEN 4: FLASCHENWIEDERVERWERTUNG IN DEUTSCHLAND: DER EINFLUSS VON DISCOUNTERN UND COCA-COLA

Deutschland hat das am besten entwickelte System zur Wiederverwertung und zum Recycling von Flaschen und Dosen auf der Welt. Nur einmal benutzbare Behälter werden recycelt (Einweg), wenn sie im Laden abgegeben werden. Wiederverwertbare Behälter werden aufgefüllt (Mehrweg). Es gibt Pfand für Einweg- und Mehrwegbehälter für Bier, Wasser und Erfrischungsgetränke, jedoch nicht zwingend für Fruchtsäfte, Milch und Wein. Mehrwegflaschen sind ressourcenschonender, da sie bis zu 50 Mal (Glas) bzw. 25 Mal (Plastik) gefüllt werden können. Die deutsche Verpackungsverordnung hat das Ziel gesetzt, den Gebrauch von Mehrwegflaschen um 80 Prozent zu erhöhen. Aufgrund von Änderungen in den letzten Jahren, die auch die Beschriftung betrifft, sind deutsche Konsumenten in zunehmendem Maße verwirrt, was wiederverwertet oder recycelt wird. Zurzeit sind nur 50 Prozent der Flaschen Mehrwegflaschen – mit sinkender Tendenz. Der Grund: Coca-Cola hat entschieden, auf Einwegflaschen umzustellen. Das Ziel der Verpackungsverordnung wird nicht erreichbar sein, wenn die Vorteile von Mehrweg gegenüber Einweg den Endverbrauchern (z.B. gesetzliche Kennzeichnungsregelung) und Produzenten (z.B. gesetzliche Lenkungsabgabe auf unökologische Einwegverpackungen zusätzlich zum Pfand) nicht klar sind. Supermärkte können einen direkten Einfluss ausüben, indem sie nur Mehrwegbehälter für Bier, Wasser und Erfrischungsgetränke verkaufen. Große Discounter wie Aldi und Lidl weigern sich momentan jedoch, Mehrwegflaschen zu verkaufen – sie untergraben das System. Quelle: Deutsche Umwelthilfe 2015, Initiative Mehrweg (nd)

zurück, aber in den vergangenen Jahren stieg sie wieder an (BUND, 2015, S. 37). Der *Grüne Punkt* wurde kritisiert, da er Herstellern erlaubt, sich aus der Verantwortung zu kaufen, er lässt Trittbrettfahrer zu und *de facto* bindet er keinen Hersteller in den Prozess der Abfallverwertung ein, sondern bürdet die Last den Kommunen auf. Diese Probleme werden im Entwurf des neuen *Wertstoffgesetzes* nicht richtig in Angriff genommen, das bald die *Verpackungsverordnung* ersetzen soll.

#### b. Deutschlands Abfallwirtschaft – ein Paradox?

Deutschland bleibt aus verschiedenen Gründen ein großer Verursacher von Abfall. Der Hauptgrund: Die Vorschriften gehen nicht weit genug. Sie sind selten verbindlich für Unternehmen und bieten kaum Anreize, die das Einführen ressourcenschonender Produkte oder das Respektieren der Abfallhierarchie belohnen. Unternehmen werden ermutigt, ihren Ressourceneinsatz zu reduzieren, aber nicht dazu verpflichtet. Ein effizienterer Ansatz wäre die Einführung eines rechtsverbindlichen Effizienzziels, begleitet von Marktanreizen – zum Beispiel differenzierte Steuern oder Gebühren mit Bezug zum Ressourcenverbrauch und den Wiederverwertungs- und Recyclingmöglichkeiten der angebotenen Produkte (zum Beispiel via Mehrwertsteuer).

Es gibt noch andere Probleme mit existierenden

Richtlinien und Gesetzen. Hier ist erstens die Methode zur Berechnung der Recyclingmengen zu nennen. Die Kritik lautet, dass sie zu einer unrealistisch hohen Recyclingquote in Deutschland führt. Der Grund dafür: Die Gesamtmenge an Materialien, die zu Wiederaufbereitungsanlagen gebracht wird, zählt als Recyclingmaterial – ohne Hinblick auf die Menge, die während des Recyclingprozesses verloren geht. Zweitens ist Deutschland eines der wenigen Länder, in denen „Verfüllung“ erlaubt ist, das heißt, das Deponieren von Abfall in alten Bergwerken wird als „Recycling“ definiert.

Außerdem basiert ein Teil des Fortschritts, den die deutsche Regierung in Bezug auf die Ressourcenproduktivität und Abfallverringerung proklamiert, auf der Verlagerung von abfallintensiven Industrien. Abfall aufgrund deutschen Konsums wird vermehrt im Ausland erzeugt, häufig in Ländern mit weitaus niedrigeren Umweltmaßstäben und einer weniger entwickelten Abfallinfrastruktur (Wilts und von Gries, 2014).

Ein weiteres Thema ist die Überkapazität von Verbrennungsanlagen, die Abfälle in Energie umwandeln. 68 Anlagen mit einer Kapazität von 20 Millionen Tonnen standen 2013 in Deutschland zum Verheizen von Restmüll bereit. Darüber hinaus steht eine Verbrennungskapazität von 5,4 Millionen Tonnen in 35 Ersatzbrennstoff-Kraftwerken zur Verfügung (Prognos, 2014). Dies führt zu einer Gesamtkapazität von 300 Kilogramm pro Einwohner in Deutschland. Das bedeutet, die verfügbare Kapazität liegt bei fast 50 Prozent der durchschnittlichen Müllmenge von 617 Kilogramm pro Kopf. Obwohl diese Zahl nur kommunale Abfälle berücksichtigt, zeigt sie, dass eine beachtliche Überkapazität besteht, die das Verbrennen von Abfall so günstig macht. In einigen Fällen ist es günstiger, den Abfall zu verheizen als der Abfallhierarchie zu folgen, da Recycling teurer sein kann (Wilts et al., 2016). Zudem setzt das *Kreislaufwirtschaftsgesetz* die Verbrennung von Abfall mit einem hohen Brennwert (das heißt Abfall, der viel Energie bei der Verbrennung liefert) gleich mit dem Recycling dieses Abfalls. Aus diesem Grund fährt Deutschland mit dem Verbrennen einer beachtlichen Menge recycelbaren Materials fort.

Trotz umfassender rechtlicher und politischer Rahmenbedingungen zum Abfall- und Rohstoffmanagement nutzt Deutschland die Ressourcen nicht so effizient wie es eigentlich könnte. Dieser Widerspruch kann erklärt werden durch die irreführende Art, Recyclingraten zu berechnen, das Verlegen der Industrien ins Ausland, die Überkapazität in der Abfallverbrennung und letztlich das Fehlen verbindlicher Maßnahmen, eines verpflichtenden Ziels für Unternehmen und marktbasierender Instrumente wie höheren Steuern auf Rohstoffe oder ressourcenschonenden Produkten, um einen Anreiz zu schaffen, vom Beginn der Produktion an den Ressourcenverbrauch zu senken.

# POLITISCHER RAHMEN ZUR RESSOURCENEFFIZIENZ

## EUROPÄISCHE RAHMENBEDINGUNGEN

### Leitinitiative "Ressourcenschonendes Europa" im Rahmen der Strategie "Europa 2020"

Vorschläge für Ressourcenschonung in Europa

#### Maßnahmenpaket zur Kreislaufwirtschaft

Ziele und Anreize zu Recycling und Müllentsorgung u.a.

## RICHTLINIEN

Z.B. Ecodesign Richtlinie, Abfallrichtlinie, Richtlinie zu Verpackungsmüll

## DEUTSCHER RECHTLICHER RAHMEN

### Nationale Nachhaltigkeitsstrategie

Vorgaben zum Ressourcenproduktivitäts-Ziel u.a.

#### ProgRes I

Programm zur Steigerung der Ressourceneffizienz  
Freiwillige Richtlinien zur Erreichung des Ressourcenproduktivitäts-Ziels

#### Rohstoffstrategie

#### ProgRes II

Erweiterung von ProgRes I

Politische Ziele bestimmen den rechtlichen Rahmen

## GESETZE

### Kreislaufwirtschaftsgesetz

Begründet die Abfall-Hierarchie und setzt Recyclingziele

### Wertstoffgesetz

ersetzt zukünftig die Verpackungsverordnung

## VERORDNUNGEN

### Verpackungsverordnung

Legt u.a. die Verantwortung des Herstellers zur Verpackungsentsorgung fest

### Weitere Verordnungen

z.B. Elektrogeräteverordnung

## 3. SUPERMÄRKTE UNTER DER LUPE

Dieses Kapitel befasst sich mit dem deutschen Konsumgütermarkt, insbesondere mit schnelllebigen Konsumgütern (fast moving consumer goods - FMCG), die in Supermärkten gekauft werden können. Der deutsche FMCG-Markt wird von fünf großen Supermärkten dominiert, die fast den kompletten Markt beherrschen. Discounter machen fast die Hälfte des Markts aus, was die klare Präferenz deutscher Konsumenten für kostengünstige Waren unterstreicht. Allerdings gibt es seit einigen Jahren eine wachsende Tendenz unter Verbrauchern, höherwertige und nachhaltige Produkte zu kaufen, wie zum Beispiel Bioprodukte oder lokal erzeugte Lebensmittel. Ressourceneffizienz ist jedoch weiterhin ein kaum beachtetes Thema, wie die Ergebnisse einer kürzlich veröffentlichten Studie von Rank a Brand zeigen, und Maßnahmen seitens der Supermärkte fehlen.

### a. Tägliche Einkaufsgewohnheiten in Deutschland

Waren, die in Supermärkten zum Kauf angeboten werden, werden auch schnelllebige Konsumgütern (FMCG) genannt. Dieser Markt war allein in Deutschland im Jahr 2014 fast 124 Milliarden Euro wert (Nielsen, 2016 und IKW, IRI, 2016). Er kann in zwei Gruppen aufgeteilt werden: Lebensmittel und Non-Food-Produkte, zum Beispiel Waren zur Körperpflege, Reinigungsmittel, etc. Der Umsatz an Lebensmitteln betrug 106 Milliarden Euro und 17,9 Milliarden Euro für Körperpflegeprodukte und Reinigungsmittel (ebd.).

Obwohl deutsche Konsumenten nur einen kleinen Teil ihres Geldes für Lebens- und Genussmittel ausgeben - 14 Prozent ihrer Konsumausgaben - stecken 37 Prozent der Materialien, die von Haushalten verbraucht werden, in Konsumgütern (Statistisches Bundesamt, 2016 und Wilts et al., 2016). Die meisten Rohstoffe (60 Prozent) werden für die Produktion von Nahrungs- und Genussmitteln verwendet (Wilts 2016, S. 32), was wiederum bedeutet, dass FMCG besonders ressourcenintensiv sind, insbesondere die Nahrungs- und Genussmittel. Zwischen 2004 und 2014 ist die Nachfrage nach Konsumgütern um mehr als 50 Prozent von 280 Milliarden Euro auf 437 Milliarden Euro gestiegen (Metro, 2014, S. 96). Die Unternehmen, die am Verkauf dieser Produkte beteiligt sind, machen dadurch auch mehr Gewinn: Der Umsatz von Lebensmitteln ist in den letzten 10 Jahren um 20,2 Prozent gestiegen, wobei dies teilweise auf höhere Nahrungsmittelpreise zurückzuführen ist. Der Umsatz von Non-Food-Produkten stieg um 8,2 Prozent.

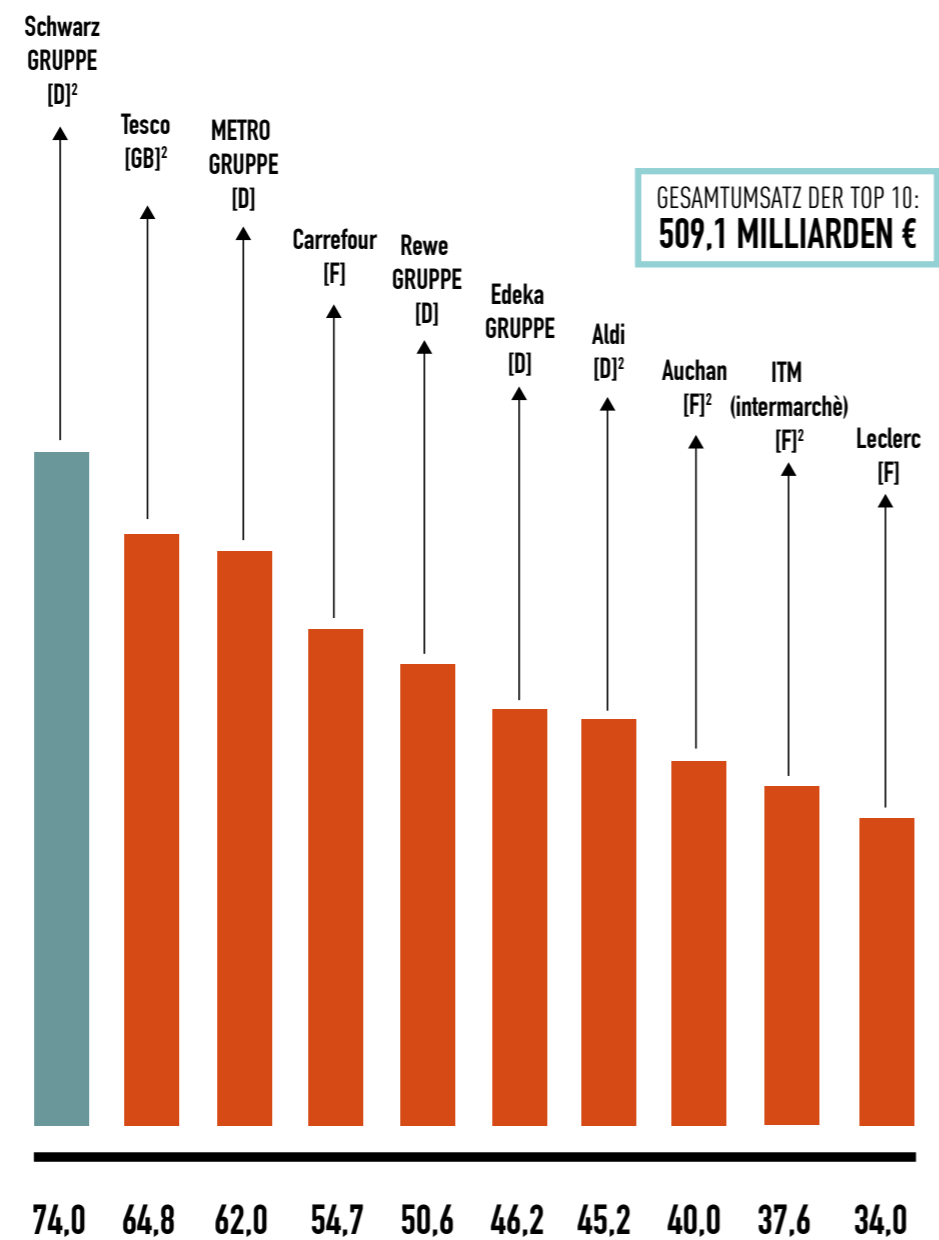
Deutsche Konsumenten gehen im Durchschnitt 153-mal im Jahr FMCG einkaufen - fast jeden zweiten Tag. Die Mehrheit der Einkaufswege führt zu Discountern (44 Prozent), gefolgt von großen Lebensmittelläden (19 Prozent), kleineren Bedarfsartikelgeschäften (15 Prozent), Supermärkten (12 Prozent) und Drogerien (10 Prozent) (Nielsen, 2016).

Discounter bieten ein limitiertes Sortiment an, zu niedrigen Preisen und mit weniger Kundenbetreuung. Es ist kein Zufall, dass dieses Konzept in Deutschland erfunden wurde. Deutsche Verbraucher lieben es, ein gutes Geschäft zu machen. Auf der anderen Seite zeigen deutsche Kunden ein großes Bewusstsein für hochwertige Produkte und nachhaltigen Konsum: 86 Prozent der Deutschen sind „ein wenig“ bis „sehr“ vertraut mit dem Konzept der Nachhaltigkeit

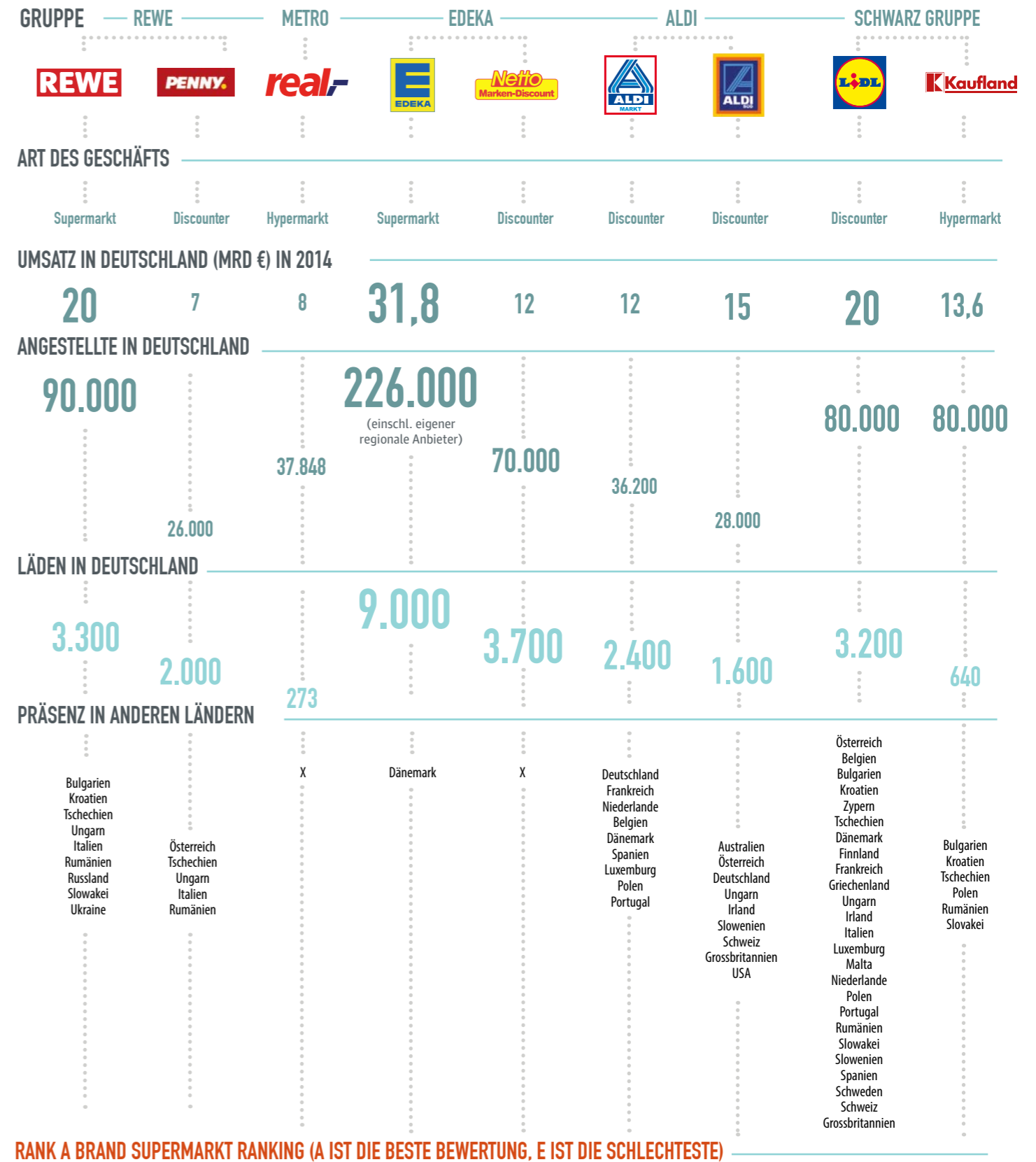
Zwischen 2004 und 2014 ist die Nachfrage nach Konsumgütern um mehr als 50 Prozent von 280 Milliarden Euro auf 437 Milliarden Euro gestiegen. Die Gewinne involvierter Unternehmen stiegen: Der Umsatz von Lebensmitteln ist in den letzten 10 Jahren um 20,2 Prozent gestiegen, der Umsatz von Non-Food-Produkten um 8,2 Prozent.

und 77 Prozent aus dieser Gruppe finden es wichtig, dass Produkte und Dienstleistungen auf eine nachhaltige Weise produziert werden. Kenntnisse zur Ressourceneffizienz sind ein wenig geringer: Nur 15 Prozent der Befragten denken an ‚Ressourcenschonung, wenn sie zu Nachhaltigkeit befragt werden (GfK, 2015a). Aktuelle Forschungen haben ergeben, dass Verbraucher nicht nur am Preis, sondern auch vermehrt an der Qualität interessiert sind (GfK 2015b und WDR, 2015). Bioprodukte liegen dabei am höchsten im Kurs: Der Markt für Biolebensmittel ist im Zeitraum von 2000 bis 2014 um 277 Prozent gestiegen (Statista, 2014). Obwohl Bio-Produkte ressourcenschonender sein können, ist dies nicht immer der Fall, da viel davon abhängt, wie sie produziert werden. Immerhin zeigt die wachsende Nachfrage ein gewachsenes

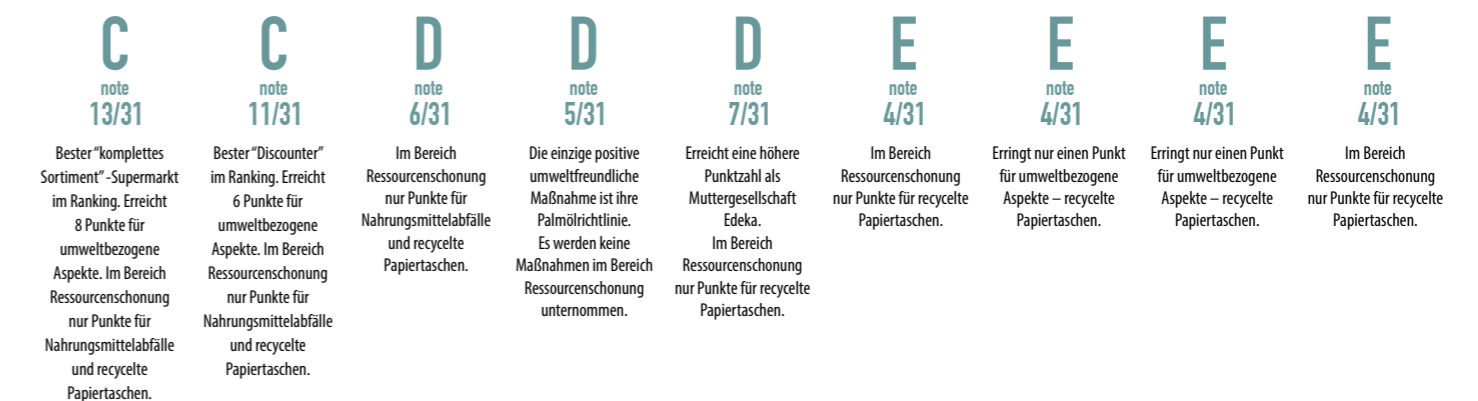
## DIE 10 GRÖßTEN LEBENSMITTELEINZELHÄNDLER IN EUROPA NETTOUMSATZ IN MILLIARDEN EURO



Quelle: Metro, 2015



### RANK A BRAND SUPERMARKT RANKING (A IST DIE BESTE BEWERTUNG, E IST DIE SCHLECHTESTE)



Verbraucherbewusstsein zur Herstellung von Produkten, besonders bei den Nahrungsmitteln. Fair-Trade-Produkte steigen ebenfalls in der Gunst der Käufer, allein im Jahr 2014 wurden 26 Prozent dieser Waren mehr verkauft. (Euractiv, 2015).

### b. Deutsche Supermärkte

Deutsche Supermärkte sind sehr mächtig. Sie kontrollieren den gesamten deutschen FMCG Markt und es gibt fast keine ausländische Konkurrenz: Die zehn größten Lebensmittelanbieter in Deutschland sind deutsch (Metro 2015, S. 110). Deutsche Supermarktketten sind auch auf dem europäischen Markt dominant. Fünf der zehn größten europäischen Lebensmittelgruppen kommen aus Deutschland: Schwarz Gruppe, Metro Group, REWE Group, Edeka Group, und Aldi (Metro, 2015, S. 136). Lidl, ein Teil der Schwarz Gruppe, hat die größte internationale Präsenz mit Einkaufsfilialen in 26 Ländern.

Der Einzelhandel hält eine wichtige „Gate-Keeper“-Position zwischen Herstellern und Verbrauchern inne: Er entscheidet, welche Produkte in seinen Läden verkauft werden, und kann so die Wahl der Verbraucher beeinflussen. Aufgrund ihrer Größe haben deutsche Supermärkte eine enorme Kaufkraft und Einfluss auf ihre Lieferanten.

Deutsche Supermärkte verkaufen auch hauseigene Marken und haben direkte Verantwortung für diese Produkte. Darüber hinaus sind sie aufgrund ihrer Lieferkette verantwortlich für gigantische Umwelt- und Rohstoffbelastungen weltweit. Jede Entscheidung, die sie zur Nachhaltigkeit treffen, geht über deutsche Grenzen hinaus.

### c. Deutsche Supermärkte und Nachhaltigkeit

Obwohl die Nachfrage nach fair gehandelten und nachhaltig produzierten Waren steigt und zum Teil ins Angebot der Supermärkte aufgenommen werden, fehlt es an konkreten Maßnahmen in diesem Bereich. Laut *Rank a Brand's* Ranking von Supermärkten in 2015 erstatten alle Supermärkte Bericht zu Umweltmaßnahmen, wobei Aldi Süd und Lidl als einzige Aktivität in diesem Bereich den Druck von Werbematerial auf recyceltem Papier angeben. Die meisten Supermärkte geben Erklärungen zur Energieeffizienz, Fisch- und Tierhaltung und Palmöl ab. Alle Supermärkte, außer Aldi Nord, berichten von wenigstens einer Maßnahme zum Klimawandel. Zu Ressourceneffizienz, Verpackungen, erneuerbaren Energien und Fair-Trade-Themen geben

## KASTEN 5: SUPERMARKTINITIATIVEN IN ANDEREN LÄNDERN: "COURTAULD COMMITMENT" IN GROSSBRITANNIEN

Eine Gruppe von mehr als 40 Einzelhändlern, Marken, Herstellern und Lieferanten in Großbritannien haben eine freiwillige Vereinbarung unterzeichnet, mit dem Ziel die Ressourceneffizienz zu verbessern und Abfall im britischen Lebensmittelsektor zu reduzieren. Die Übereinkunft wurde staatlich finanziert und unterstützt das politische Ziel der britischen Regierung einer 'Null-Abfall-Wirtschaft' und der Reduktion der Treibhausgasemissionen. Trotz der Kritik einiger NGOs, dass die Vereinbarung freiwillig ist und keine verbindlichen Vorgabe zur Reduzierung von Abfallmenge macht, behauptet die Regierung, dass der Müll um 2,9 Millionen Tonnen und Verpackungsabfall um 10 Prozent gesenkt wurden. Die dritte Phase der Vereinbarung beinhaltet auch das Ziel, Lebensmittelzutaten sowie Produkt- und Verpackungsabfall in der Lebensmittellieferkette bis 2015 um drei Prozent zu reduzieren.

Quelle: WRAP 2015b

## KASTEN 6: BERICHTERSTATTUNG ZUM MATERIALVERBRAUCH

Der Bedarf an Nachhaltigkeitsberichten wächst. Neben Finanzkennzahlen werden nichtfinanzielle Statistiken zu Sozial- und Umweltsleistungen (z.B. CO2-Emissionen und Arbeitsbedingungen) von einer wachsenden Anzahl von Verbrauchern, Investoren und der Zivilgesellschaft geschätzt. Die EU-Direktive zur Offenlegung nichtfinanzieller Informationen, die ab 2017 in Kraft tritt, wird alle großen Unternehmen des öffentlichen Interesses auffordern, alle wesentlichen nichtfinanziellen Leistungsindikatoren anhand eines anerkannten Berichtsstandards zu veröffentlichen, das betrifft wahrscheinlich auch die fünf großen deutschen Supermarktketten. Es gibt verschiedene internationale Berichtsstandards, wie z.B. die Global Reporting Initiative (GRI) zur Umweltverantwortung, ISO 26000, und den Globalen Pakt der Vereinten Nationen zur sozialen Verantwortung. Deutschland hat einen eigenen Nachhaltigkeitskodex, der die EU-Kriterien erfüllt. Der GRI und der deutsche Nachhaltigkeitskodex fordern von Unternehmen einen Bericht zum gesamten Materialverbrauch sowie zur Ressourcennutzung. Obgleich Richtlinien zur Messung des Ressourcen- und Materialverbrauchs bereits existieren, war bis heute keiner der deutschen Supermärkte willig oder fähig, nähere Angaben zu diesen Daten zu machen.

Quelle: GRI 2013, EC 2016, Rat für Entwicklung 2015

# Was unternehmen Supermärkte zur Verbesserung der Ressourceneffizienz?

## SUPERMARKT RANGLISTE 2015



Alle Daten stammen von: rankabrand.de

## Fragen zur Ressourceneffizienz Haben Supermärkte Richtlinien zu...

MATERIALEFFIZIENZ VON PRODUKTEN	1 (LEBENSMITTEL-) ABFÄLLE	2 TRANSPORT, VERPACKUNG UND TRAGETASCHEN	3 PAPIERVERPACKUNGEN	4
?	JA	?	?	
?	?	?	?	
?	?	?	?	
?	JA	?	?	
?	JA	?	?	
?	JA	?	?	
?	?	?	?	
?	?	?	?	
?	?	?	?	
?	?	?	?	
?	?	?	?	NEIN
?	?	?	?	
?	?	?	?	
?	?	?	?	
?	?	?	?	
?	?	?	?	

(1) Verfolgt der Markenhersteller das klare Ziel, den Materialverbrauch in der Herstellung seines Produktangebots zu verringern?  
 (2) Verfolgt der Markenhersteller eine klare Zielstellung, um den betriebseigenen (Lebensmittel-) Müll zu reduzieren, recyceln und wiederzuverwerten? Werden die jährlichen Ergebnisse dazu veröffentlicht?  
 (3) Verfolgt der Markenhersteller das klare Ziel, den Umwelteinfluss von Versandverpackungen und Tragetaschen zu verringern? Werden die entsprechenden Resultate dazu jährlich veröffentlicht?  
 (4) Setzt der Markenhersteller Umweltschutzmaßnahmen zum Gebrauch von Papier für Primär- und Sekundärverpackung und Hygieneprodukte der Eigenmarken um? Sind alle entsprechenden Papiermaterialien recycelt und / oder zertifiziert?

## KASTEN 7: BEISPIEL EINER EFFEKTIVEN REGULIERUNG - EINE GEBÜHR FÜR PLASTIKTÜTEN

Zuletzt hat England eine Plastiktütengebühr eingeführt, um deren Auswirkungen auf die Umwelt zu verringern, Abfall zu reduzieren und die Tierwelt zu schützen. Seit dem 5. Oktober 2015 wird eine Gebühr von 5 Pence (7 Eurocent) für Polyethylen-Tüten erhoben. Wales, Schottland und Nordirland hatten bereits vorher eine Gebühr eingeführt und dies zeigte bereits Wirkung. Wales kassiert seit 2011 eine Gebühr von 5 Pence pro Plastiktüte, seitdem ist der Tütenverbrauch um 71 gesunken ist. Seit der Einführung von Gebühren in England wurde nach Angaben des größten britischen Einzelhändlers Tesco in dessen Supermärkten bereits ein Beutel-Rückgang von 80 Prozent verzeichnet.

Es wird geschätzt, dass 100 Milliarden Plastiktüten pro Jahr in Europa genutzt werden, und über 8 Milliarden enden als Müll. Supermärkte könnten einen weit größeren Beitrag leisten, indem sie keine Plastiktüten mehr anbieten, Behörden könnten zudem Gebühren für Produktverpackung einführen, um den Verkauf von Produkten mit weniger Verpackung zu fördern.

Quelle: The Telegraph, 2015, Europäische Kommission, 2015

die meisten Supermärkte keinen Bericht ab. Der nächste Abschnitt befasst sich ausführlich mit den eingeführten ressourcenschonenden Maßnahmen deutscher Supermärkte.

### d. Hintergrund: die Ressourcenpolitik von Supermärkten

Die Analyse von Rank a Brand zeigt, dass sich Ressourcen- und besonders Rohstoffeffizienz noch nicht auf dem Radar von deutschen Supermärkten befindet. So hat bis jetzt kein Supermarkt eine effektive Strategie zur Reduzierung des gesamten Materialeinsatzes in den Produkten, die er verkauft. Keiner der deutschen Supermärkte misst den Materialeinsatz für seine Produkte. Sogar REWE und Real, die ihre Nachhaltigkeitsberichte nach den Richtlinien der Global Reporting Initiative - siehe Kasten 6 - schreiben, die Angaben zum Materialeinsatz fordern, geben dazu keine Auskunft. Der einzige Hinweis zur Materialeffizienz ist das schwache Eingeständnis von REWE, dass es über dieses Kriterium berichten sollte, es aber bis jetzt noch nicht geschafft hat. REWE verkauft Waren unter der Marke Pro Planet, die es Kunden erleichtern soll, nachhaltige und faire Produkte zu wählen. Der „Pro Planet“-Prozess umfasst fünf Schritte, inklusive einer „Hotspot“-Analyse, in der Ressourcennutzung und vier weitere Kriterien recherchiert werden. Dies ist ein Anfang, aber es fehlt ein Bezugspunkt oder ein Ziel für die Reduzierung des Ressourcenverbrauchs bei allen gekennzeichneten

Waren. Außerdem wurde das Label noch nicht auf alle Produktgruppen übertragen.

Die „Rank a Brand“-Studie untersucht Supermärkte auf ihre Transparenz bzgl. Nachhaltigkeit um herauszufinden, wie verantwortungsvoll diese mit natürlichen, endlichen Ressourcen umgehen. Im Rahmen dieser Studien gehen wir davon aus, dass wenn Supermärkte nichts kommunizieren, sie in diesem Punkt auch nichts tun.

Es mangelt nicht nur an allumfassenden Strategien zur Reduzierung des Ressourceneinsatzes, Supermärkte erzielen auch schlechte Resultate in Bezug auf andere Aspekte des schonenden Einsatzes von Ressourcen. Nur 4 von 14 Supermärkten (REWE, Alnatura, Penny und Real) haben eine Strategie und berichten jährlich darüber, wie sie (Lebensmittel-)Abfall durch Wiederverwertung und Recycling minimieren. Keine der Firmen berichtet jedoch jährlich über Schritte, die sie unternehmen, um den Einfluss auf die Umwelt zu verringern, der durch Versand, Verpackungen und Tragetaschen verursacht wird, etwa indem Verpackungsmaterialien reduziert, wiederverwertet, recycelt und verantwortlich beschafft werden. Darüber hinaus verwendet keiner der Supermärkte ausschließlich recyceltes oder zertifiziertes Papier für Primär- und Sekundärproduktverpackungen und Eigenmarken-Hygiene-Produkte.

## 4. „CUTTING THE CRAP“ IST EIN GUTER START

*In diesem Kapitel wird anhand von zehn Produkten das ressourcenschonende Potenzial für jedes Produkt erläutert und aufgezeigt, und wie dieses umgesetzt werden kann - vom Komprimieren bis zum Reparieren. Berechnungen des Instituts auf Basis dieser Beispiele zeigen, dass das Potenzial, Material zu reduzieren, in der gesamten Angebotspalette von Supermarktprodukten ungefähr 20 Prozent beträgt. Ein Großteil dieses Potenzials könnte sofort realisiert werden, wenn Supermärkte die ineffizientesten Produkte nicht mehr verkaufen würden. Supermärkte sollten außerdem Informationen von ihren Lieferanten einfordern und konkrete Ziele zur Reduzierung von Materialien und Ressourcen in ihren Produkten einführen. Dies käme nicht nur der Umwelt zugute, sondern würde auch eine Reihe anderer Vorteile mit sich bringen, besonders wenn die gesamte Wirtschaft einbezogen würde. Eine Erhöhung der Ressourceneffizienz in Deutschland um 20 Prozent würde fast 700.000 neue Jobs schaffen und die Erzeugerpreise bis 2030 um 4,3 Prozent reduzieren. Niedrigere Produktionskosten in der verarbeitenden Industrie würden die deutsche Wirtschaft wettbewerbsfähiger machen: Exporte könnten um fast 5 Prozent steigen, Importe bis zu 10 Prozent fallen.*

### a. Das Potenzial zur Reduzierung von Materialverbrauch im Supermarktsektor

Das Wuppertal Institut hat eine Reihe von Supermarkt-Produkten untersucht, von Deodorants bis Äpfeln, um herauszufinden, wie viel Material eingespart werden kann. Auf der Grundlage des Ergebnisses wird das Ressourcensparpotenzial für die gesamte Angebotspalette der Supermarktprodukte auf 20 Prozent geschätzt.

Es gibt eine Reihe von Möglichkeiten, dieses Einsparpotenzial zu erzielen, die sich auf verschiedene Schritte in der Abfallhierarchie beziehen: weniger Material bei gleicher Funktion, weniger Verpackung, längere Lebensdauer eines Produkts, vermehrter Einsatz recycelter Stoffe und neue Geschäftsmodelle. Jede dieser Methoden wird anhand von konkreten Beispielen mit den voraussichtlichen Materialien- und Ressourcenersparnissen erklärt. Es ist wichtig hervorzuheben, dass die relativen Vorteile von Optionen, die auf einer niedrigeren Stufe in der Abfallhierarchie stehen (z.B. Recycling, Energierückgewinnung und Mülldeponien), gut untersucht sind, aber der Einfluss von Wiederverwertung und Reparaturfähigkeit auf die Umwelt und Wirtschaft nicht so gut verstanden wird. Es ist nicht mög-

lich, zukünftige Ressourcenschonung durch neue Produkte und Geschäftsmodelle vorherzusagen, aber auf der Basis der existierenden Beispiele wird eine Schätzung abgegeben.

## FÜNF MÖGLICHKEITEN DER MATERIALREDUZIERUNG IN SUPERMARKTPRODUKTEN

- **Weniger Material durch neue Produkte: Verdichten und Konzentrieren**

Ein erster und offensichtlicher Schritt ist die Reduzierung des Ressourcenbedarfs eines Produkts bei gleichzeitiger Erhaltung oder sogar Verbesserung des Produkts. Dies bedarf der Produktinnovation. Beispiele sind die Komprimierung von Deodorants und Konzentration von Waschmitteln. Solche Lösungen können als erster und oft stufenweiser Ansatz für ressourcenschonendere Produkte verstanden werden, die Ressourceneinsparung liegt hier bei 10 bis 15 Prozent (Wilts et al., 2016, S. 37).

- **Reduzieren und Beseitigen von Verpackungen**

Viele Lebensmittel und Non-Food-Produkte in Supermärkten werden in überflüssigen Plastik- und Papierverpackungen verkauft. Außerdem sind diese Verpackungen häufig „komplex“, bestehen also aus verschiedenen Materialien, was Recycling und Abfalltrennung erschwert. Verbraucher haben selten die Wahl, Produkte ohne Verpackung zu kaufen. Wie erwähnt, sind die Deutschen Europameister im Verpackungsmüll (siehe auch Kapitel 2). Obwohl Verpackungen Lebensmittelabfall verhindern können, ist der Gebrauch von Plastik nicht für alle Waren notwendig - zum Beispiel bei frischen Produkten wie Früchten, wo der Gebrauch von Plastik reduziert oder ausgeschlossen werden kann. Zudem hat eine aktuelle Rundfrage ergeben, dass 76 Prozent der Deutschen Früchte und Gemüse ohne Verpackung vorziehen (NABU 2015).

Das Sparpotenzial bei Verpackungen variiert je nach Produktgruppe, aber wenn die gesamte FMCG-Industrie eine Verbesserung anstreben würde, dann könnten bis zu 80 Prozent der Verpackungen wegfallen. Natürlich ist die Verpackung nur ein Element des Produkts und die Einsparung, die durch Weglassen der Verpackung entsteht, wird nur diesen Teil des Produkts betreffen (zum Beispiel ist die Produktion eines Apfels ressourcenintensiver als die Produktion seiner Verpackung) (Wilts et al. 2016, S. 38).

- **Verlängerung des Produktlebenszyklus durch Wiederverwendung und Reparatur**

Eine längere Lebensdauer eines Produkts führt zu Ressourcen- und Abfalleinsparungen, da weniger neue Produkte nötig sind, wenn existierende Produkte länger halten. Bei FMCG funktioniert die Wiederverwertung hauptsächlich bei Kunststoffflaschen. Trotz der Vorteile für die Umwelt ist der Anteil der wiederverwendbaren Flaschen in Deutschland in den letz-

ten Jahren von 70 Prozent auf 50 Prozent gesunken (Deutschlandfunk, 2014).

Die Reparatur von Waren hat in letzter Zeit zugenommen, dank Initiativen wie *“Murks, nein Danke”*. Derzeit ist jedoch die Reparatur von Waren wie Laptops und Smartphones fast unmöglich. Das liegt zum einen an ihrem komplexen Design, zum anderen am Mangel an öffentlich zugänglicher Information zur Reparatur.

Recherchen (z.B. Bakker et al., 2014 und James, 2014) zeigen, dass die Vorteile von Wiederverwendung und Reparaturfähigkeit produkt- und kontextspezifisch, aber trotzdem bedeutsam sind. Die Ressourcenschonung wird auf 20 bis 50 Prozent geschätzt.

- **Nutzen von mehr Recyclingmaterialien**

Durch den Einsatz einer größeren Menge an Recyclingmaterialien wird der Bedarf an neuen Materialien gesenkt. Zudem verbraucht Recycling normalerweise weniger Energie als die Entnahme von Ressourcen. Recyceltes Toilettenpapier ist ein etabliertes Beispiel für recycelte Materialien auf dem FMCG Markt. Trotz eines größeren Anteils an recyceltem Papier ist seine Verwendung in Hygieneartikeln von 77 Prozent in 2001 auf 51 Prozent in 2012 gesunken (Greenpeace, 2013).

Die mögliche Ressourcenschonung durch Einsatz recycelter Materialien unterscheidet sich je nach Materialtyp: Im Fall von Papier würde sich der Verbrauch von Wasser und Holz um mehr als 50 Prozent verringern (IPR, 2015). Im Fall von Plastik liegt das Potenzial bei 10 und 50 Prozent, je nach Art des Plastiks. Besonders große Ersparnisse lassen sich durch Verwenden recycelter Metalle erzielen - hier bis zu 80 Prozent. Das Ressourcenschonungspotenzial für FMCG kann im Durchschnitt auf 20 bis 50 Prozent geschätzt werden (Wilts et al., 2016, S. 39).

- **Neue nachhaltige Geschäftsmodelle**

Geschäftsmodelle, die auf Kreislauf und Wiederverwendung basieren, etwa das „Produkt als Dienstleistung“-Modell, gewinnen an Boden. Das bedeutet, die Lieferanten bleiben Besitzer des Produkts und der Kunde mietet nur die Dienstleistung. Dieses Modell kurbelt die Gestaltung von optimaler Wiederverwertung und Recycling an. Beispielsweise ist es möglich, statt eine Lampe zu kaufen, einen monatlichen Lichtdienst in Anspruch zu nehmen. Der Lieferant bietet die Lichtausstattung an, installiert das Produkt, beseitigt den Abfall und kümmert sich darum, dass alles funktioniert. Supermärkte können hier eine wichtige Rolle einnehmen. Dies entspricht dem Trend, der zurzeit im Einzelhandel zu beobachten ist, wo dem Kunden immer mehr Dienstleistungen angeboten werden. Je mehr der Schwerpunkt vom Produkt zur Dienstleistung übergeht, der Hersteller die Eigentumsrechte an dem Produkt behält, desto höher wird das Potenzial für Umweltverbesserungen sein. Die Ressourcenschonung wird im Durchschnitt auf 20 bis 50 Prozent geschätzt (Tukker, 2004).



# 10 BEISPIELE FÜR EFFIZIENZEINSPARUNG PRO PRODUKT



KONVENTIONELLE ODER NICHT RESSOURCENSCHONENDE PRODUKTE      RESSOURCENSCHONENDE ALTERNATIVEN

## WIE VIEL WIRD EINGESPART?

### PRODUKTINNOVATION

WASCHMITTEL	 Großes Waschmittel	 Konzentriertes Waschmittel	Materialeinsparung aufgrund von weniger Inhalt und weniger Verpackung kann bis zu 50 Prozent betragen.
DEODORANT	 Großes Deodorant	 komprimiertes Deodorant	20 Prozent Aluminiumeinsparung und 50 Prozent Treibhausgaseinsparung (äquivalent zu 25 Prozent der produktbezogenen CO2-Emissionen) pro Dose.

### MEHR RECYCELTES MATERIAL

TOILETTPAPIER	 Toilettenpapier	 Toilettenpapier	Die Produktion von recyceltem Toilettenpapier ermöglicht eine 70-prozentige Reduzierung von Inhaltsmaterialien, reduziert den Energieverbrauch um 60 Prozent und Wasserverbrauch um 70 Prozent, und verursacht weniger Abfall und weniger CO2- und andere Emissionen in der Produktion.
EIMER	 Eimer	 Eimer	Ressourcenschonung von bis zu 20 Prozent.

### NEUE GESCHÄFTSMODELLE

JEANS	 Jeans	 Jeans	Das Vermietungskonzept erlaubt 80 Prozent Materialreduzierung, Wasserverbrauch, der mit der Produktion von vermieteten Jeans in Verbindung gebracht wird, beträgt nur 10 Prozent des Wasserverbrauchs, der mit dem Kauf eines neuen Paares aufgewendet wird.
LED BELEUCHTUNG	 "klassische" Leuchtmittel	 LED Leuchtmittel	Beim Anbieten von Licht als Dienstleistung tendiert der Anbieter zu LEDs als effizientester Option. LED-Lichter können 25-bis 30-mal länger brennen als weisglühende Lichter und 3-mal länger als Kompaktleuchtstofflampen (CFL). Materialeinsparungen betragen zwischen 60 und 90 Prozent.

### WENIGER VERPACKUNG

FRÜCHTE	 Verpackte Äpfel	 lose Äpfel	Bis zu 80 Prozent des Materials kann eingespart werden, wenn die klassenbesten Lösungen angewendet werden.
CEREALIEN	 Box	 Cerealien in Dispenser	Die Benutzung von nachfüllbaren Dispensern kann die Verpackungsmenge um bis zu 70 Prozent reduzieren.

### LÄNGERE LEBENSDAUER DURCH WIEDERVERWENDUNG UND REPARATUR

GETRÄNKEFLASCHEN	 EINWEG	 MEHRWEG	Wiederverwendbare Flaschen werden bis zu 50-mal (Glas) oder 25-mal (PET Plastik) wieder aufgefüllt. Bis zu 70 Prozent der Materialien und 40 Prozent der CO2-Emissionen können hierdurch eingespart werden.
LAPTOP	 LAPTOP	 LAPTOP	Benötigt weitere Recherche, aber liegt bei voraussichtlich 20-50 Prozent.

## b. „Cut the Crap!“

### Vier konkrete Schritte, die jeder Supermarkt befolgen sollte

Es gibt ein Spektrum an Maßnahmen, die Supermärkte in ihrer Position als Bindeglied zwischen Lieferanten und Verbrauchern umsetzen können und sollten, damit der zu hohe Verbrauch von Ressourcen gesenkt wird. Der deutsche Supermarktsektor mit einem Umsatz von über 100 Milliarden Euro ist in einer besonders mächtigen Position und kann den Markt kontrollieren. Mehr als ein Drittel des Materialkonsums deutscher Haushalte lässt sich auf Produkte zurückführen, die in Supermärkten gekauft wurden. Die Verantwortung des Sektors ist eindeutig. Er nimmt eine wichtige Rolle dabei ein, den deutschen Ressourcenkonsum wieder zurückzufahren, um ein Niveau zu erreichen, das die Grenzen der Erde respektiert. Dabei geht die Verantwortung von deutschen Supermarktketten über deutsche Grenzen hinaus und betrifft allgemeine Themen wie z. B. Umweltschutz, globale Gerechtigkeit und Umweltgerechtigkeit. In Anbetracht dieser Situation werden deutsche Supermärkte aufgefordert, die folgenden Maßnahmen zu ergreifen, um ihren Materialverbrauch zu reduzieren.

#### 1. Sofortiger Verkaufsstop der ressourcenineffizientesten Produkte, für die bessere Alternativen bestehen

Supermärkte müssen die Verantwortung für Verschwendung übernehmen, auch wenn sie diese nicht selbst verursachen. Supermärkte haben die Wahl, bestimmte Produkte auf Basis bestimmter Kriterien zu verkaufen (oder nicht zu verkaufen). Die 10 oben genannten Beispiele zeigen, dass es bereits eine Reihe an ressourcenschonenden Produkten auf dem Markt gibt - und das ist nur ein Bruchteil. Der Umstieg auf ressourcenschonende Produkte bedeutet auch keine eingeschränkte Auswahl. Die Verbraucher können die Vielfalt ressourcenschonender Produkte verschiedener Marken und in unterschiedlichen Produktqualitäten genießen. Es bedeutet einfach, dass Verbraucher mehr (und einfachere) Möglichkeiten haben, ressourcenschonende Einkäufe zu tätigen, ohne zu viel über ihren Einkauf nachdenken zu müssen. In anderen Sektoren haben bereits die ersten Händler ressourcenineffiziente Produkte aus ihren Regalen entfernt. IKEA ist dafür ein gutes Beispiel. Das Unternehmen hat entschieden, keine stromfressenden Lampen mehr zu verkaufen.

#### 2. Einfordern von Informationen zum Verbrauch an Ressourcen (inklusive der Verpackung) bei Lieferanten und Weitergabe dieser Information an die Verbraucher

Supermärkte spielen eine wichtige Rolle im Abrufen und Verbreiten von Informationen: Sie haben die Möglichkeit und die Macht, Informationen von Lieferanten einzufordern und diese an die Verbraucher weiterzuleiten, um ihnen bei Kaufentscheidungen zu helfen. Die „Rank a

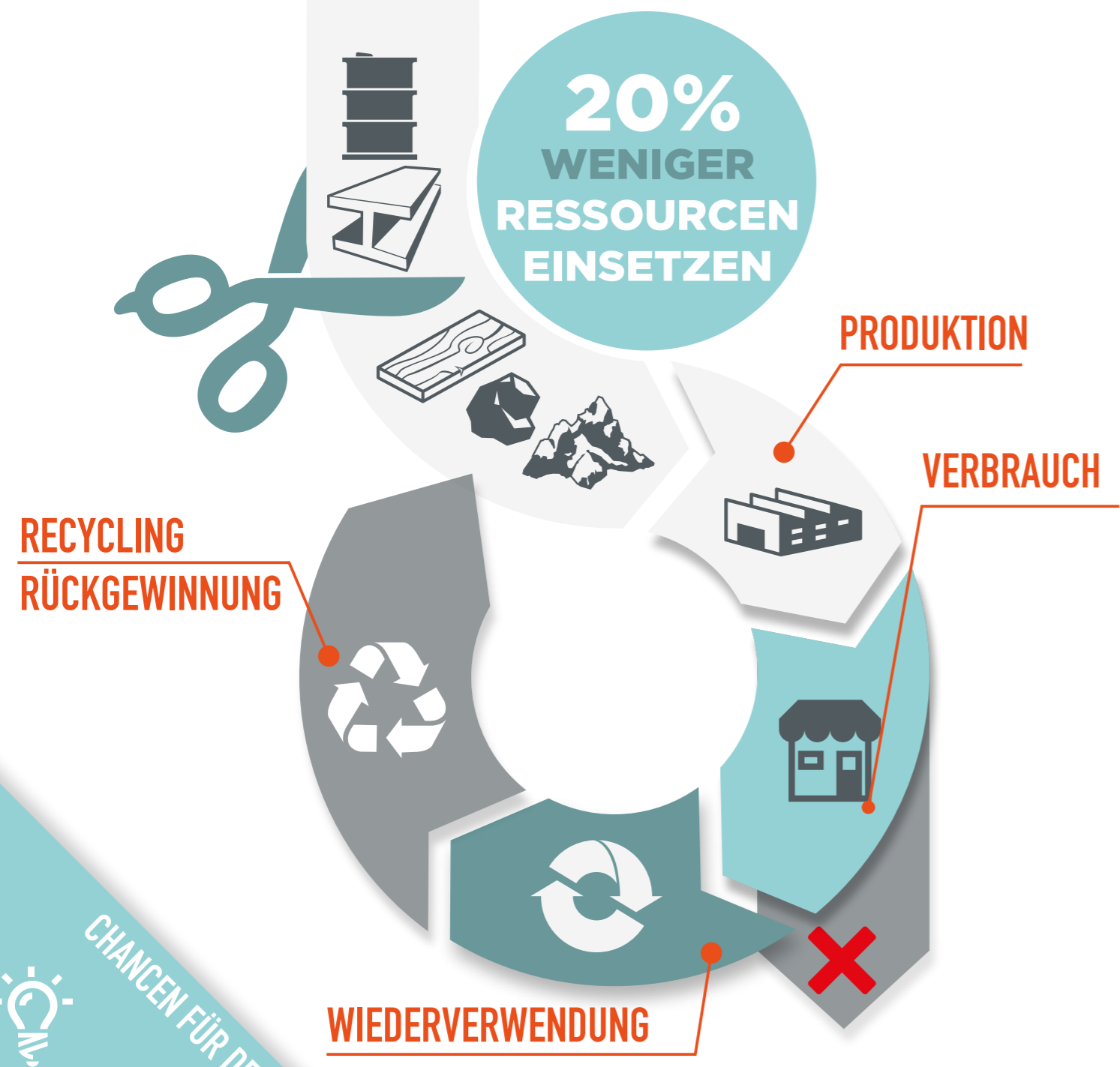
### KASTEN 8: VERBANNUNG DER INEFFIZIENTESTEN PRODUKTE: DAS BEISPIEL IKEA

*IKEA hat entschieden, ab September 2015 keine Halogenleuchten mehr zu verkaufen und nur noch „energiesparende“ LED Beleuchtungen anzubieten. Steve Howard, IKEAs Chief Sustainability Officer, begründet die Entscheidung so: Wenn ein Produkt 25- bis 30-mal länger als eine Glühbirne und 3-mal länger als eine Kompaktleuchtstofflampe brennt, 85 Prozent der Energie spart und trotzdem eine hohe Lichtqualität besitzt, „dann ist es die richtige Sache für den Kunden“. Da die Lebensdauer einer LED um ein Vielfaches höher ist als andere Arten von Beleuchtung, ist dies nicht nur eine Maßnahme zur Energie-, sondern auch zur Ressourcenschonung. Dieses Beispiel zeigt, dass es Möglichkeiten gibt, Ressourcen zu schonen, und bedeutende Marktteilnehmer wie IKEA eine führende Rolle beim Wandel eines großen Marktsegments spielen können.*

Quelle: The Guardian, 2015

# Kreislaufwirtschaft

## Nur den Kreis schließen reicht nicht



CHANCEN FÜR DEUTSCHLAND

STEIGERUNG DER RESSOURCEN-EFFIZIENZ UM **20%** BIS 2030

MÜLL VERMEIDEN!

- FAST **700.000** ZUSÄTZLICHE JOBS
- 4%** NIEDRIGERE PREISE
- 10%** WENIGER IMPORTE



Brand“-Studie zeigt, dass Supermärkte nicht die Ressourcen oder Materialien messen, die in ihren Waren stecken. Es ist schwierig, etwas zu managen, das nicht gemessen wird. Deshalb sollten die Verantwortlichen der Supermärkte bei ihren Lieferanten fragen, welches und wie viel Material in den Produkten verarbeitet ist, die sie von ihnen kaufen - und falls möglich eine Umweltbilanz des Produktes erstellen. Die Entscheidung für den Bezug von Produkten würde den Händlern leichter fallen, wenn sie diese Information zur Verfügung hätten (siehe Punkt 1), und den Verbrauchern die Entscheidung, welche Produkte sie kaufen wollen. Dass Supermärkte dies derzeit nicht tun, entspricht nicht der Empfehlung des GRI und des Nachhaltigkeitskodex, die von Unternehmen verlangen, dass sie die Materialien messen, die in ihrem Hauptgeschäft eingebettet sind. Konsumgüter sind das Hauptgeschäft von Supermärkten und sie sollten deshalb die eingebetteten Ressourcen messen (siehe Kasten 6 für weitere Informationen).

### 3. Ziele und Strategien zur Reduzierung des Ressourcenverbrauchs der verkauften Produkte

Supermärkte sollten ein ressourcenschonendes Ziel erarbeiten, um den gesamten Konsum an Material ihres Geschäfts durch konkrete Maßnahmen zu steuern. Sie sollten mindestens die beiden oben genannten Punkte umfassen, aber auch eine Analyse der Lieferkette, der Hotspots von Ressourcenintensität und Maßnahmen für jede Produktgruppe. Ein Ziel von 20 Prozent weniger Materialverschwendung ist realistisch, wie die Fallbeispiele der Recherche des Wuppertal Institut zeigen. Ein derartiges Ziel sollte verbindlich sein und auch eine Verpflichtung zur Lebensmittelabfall-, Verpackungs- und Materialreduzierung beinhalten. Desweiteren sollte das Ziel Transportindikatoren und reguläre Fortschrittsberichte umfassen.

### 4. Neue nachhaltigere Geschäftsmodelle entwerfen

„Miet“-Konzepte sind nicht einfach übertragbar auf FMCG. Aber es gibt verschiedene Möglichkeiten, wie Supermärkte ihre Rolle neu erfinden können. Der Supermarkt sollte ein aktiver Anbieter von Dienstleistungen werden, so wie dies bereits der Fall bei der Rücknahme von wiederverwertbaren Flaschen ist. Diese Art von Modellen muss weiter ausgebaut werden, um sicherzugehen, dass der Ressourcenverbrauch verringert wird und Ressourcen innerhalb der Kreislaufwirtschaft bleiben.

## 20 PROZENT MATERIALEFFIZIENZ – VORTEILE FÜR DIE WIRTSCHAFT

Ressourcen- und Materialeffizienz ist nicht auf Waren beschränkt, die im Supermarkt gekauft werden. Um eine Idee von den umfassenden Auswirkungen außerhalb des FMCG-Sektors zu bekommen, wurden die Vorteile eines wirtschaftsweiten Wandels zu einer Ressourceneffizienz von 20 Prozent bis 2030 betrachtet. Die Studie des Wuppertal Institut (Wilts et al., 2016) belegt, dass Umwelt und Wirtschaft von diesem Wandel profitieren.

Eine höhere Ressourceneffizienz führt zu mehr Jobs, weniger Abhängigkeit von ausländischen Waren und niedrigeren Preise für die Industrie und Verbraucher. Falls die Ressourceneffizienz in der deutschen Wirtschaft um 20 Prozent steigt, dann kann mit bis zu 683.900 neuen Jobs bis 2030 gerechnet werden. Niedrigere Produktionskosten in der verarbeitenden Industrie erhöhen die Wettbewerbsfähigkeit auf dem internationalen Markt und die Wertschöpfung in Deutschland. Die Brutto-Erzeugerpreise würden um 4,3 Prozent sinken, die Exporte um fast 5 Prozent steigen und Importe um 10 Prozent fallen.

Höhere Ressourceneffizienz belebt die Wirtschaft. Wenn mehr Menschen Arbeit haben und Preise aufgrund von Effizienzgewinnen fallen, wächst auch die Kaufkraft - ein Rebound-Effekt. Im Falle einer Ressourceneffizienz von 20 Prozent wächst der Konsum bis zu 10 Prozent im Jahr 2030. Der Rebound-Effekt reduziert die Ressourcenschonung, aber führt immer noch zu einer absoluten Schonung von Ressourcen, insbesondere von Materialien. Die Materialproduktivität erhöht sich um 40 Prozent und CO2-Emissionen fallen, trotz des Rebound-Effekts.

Der Supermarktsektor ist nur ein Teil der gesamten Wirtschaft und wie gezeigt wurde, bringt eine wirtschaftsweite Erhöhung der Ressourceneffizienz große Vorteile mit sich. Da der FMCG Sektor besonders ressourcen- und materialintensiv ist, werden die Effekte in diesem Sektor besonders stark sein.





## 5. FAZIT UND EMPFEHLUNGEN

*In diesem Bericht wurde gezeigt, dass ein Schritt in Richtung Kreislaufwirtschaft mit reduziertem Ressourcenverbrauch viele Umwelt- und Wirtschaftsvorteile mit sich bringt, während gleichzeitig die globale Ungerechtigkeit beim Konsum von Ressourcen adressiert wird. Dieses Ungleichgewicht zu beheben ist ein wesentlicher Schritt zu einer nachhaltigeren Welt. Es bietet auch eine großartige Chance. Eine 20 Prozent höhere Ressourceneffizienz könnte Deutschland rund 700.000 neue Jobs bringen, die CO<sub>2</sub>-Emissionen reduzieren, die inländischen Brutto-Erzeugerpreise um 4,3 Prozent und die Importe um 10 Prozent senken (Wilts, 2016). Aber dieser Wandel muss jetzt eingeleitet und gut durchgeführt werden.*

Die gute Nachricht ist, dass es keinen Grund zum Aufschub gibt, wenn es darum geht, die Früchte einer weniger verschwenderischen Wirtschaft zu ernten. Eine große Anzahl von ressourcenschonenden Produkten ist bereits vorhanden und kann einfach auf den Markt gebracht werden – wie derartige Produkte zeigen, die bereits in deutschen Supermärkten zum Verkauf stehen. Die aufgeführten Produktbeispiele in diesem Bericht zeigen, dass eine Ressourceneffizienz von 20 Prozent realistisch ist. In einigen Ländern, wie Großbritannien mit dem „Courtauld Commitment“, hat der Supermarktsektor mit einer freiwilligen Verpflichtung zu höherer Ressourceneffizienz ein Zeichen gesetzt. Solche branchenspezifischen Ziele fehlen in Deutschland. In anderen Wirtschaftsbereichen gibt es Beispiele von Unternehmen, die das Richtige tun und ineffiziente Produkte nicht mehr verkaufen: Ein solches Beispiel ist IKEA. Die Firma hat sich entschieden, den Verkauf von ineffizienter Beleuchtung zu beenden, was zu beachtlichen weltweiten Energie-, Ressourcen- und CO<sub>2</sub>-Ersparnissen führt. Die Produktbeispiele in diesem Bericht sind nur ein winziger Teil – Produktinnovation und Effizienz sind überall möglich.

Trotz der Schlüsselrolle, die Supermärkte in der Versorgung der Verbraucher mit ressourceneffizienten Produkten spielen können, tragen sie bis jetzt wenig Verantwortung. Die „Rank a Brand“-Studie zeigt, dass nicht ein einziger deutscher Supermarkt zurzeit eine Richtlinie zur Reduzierung von Materialien in seinen Produkten hat. Die Verpflichtung zur Reduzierung von (Lebensmittel-)Abfall und Verpackungen ist ein Anfang, aber bei weitem nicht genug. Unter den großen fünf Supermarktketten, die 90 Prozent Marktanteil besitzen und auch eine wichtige Rolle außerhalb Deutschlands spielen, haben nur die REWE-Gruppe und Real eine Richtlinie zum (Lebensmittel-)Abfall - und nur REWE hat ein Eingeständnis, dass es das Material messen sollte, das in den Produkten verwendet wird, aber hat dies noch nicht umgesetzt. Für die anderen großen Supermärkte scheint das Thema nicht der Rede wert und

**Trotz der Schlüsselrolle, die Supermärkte in der Versorgung der Verbraucher mit ressourceneffizienten Produkten spielen können, tragen sie bis jetzt wenig Verantwortung. Die „Rank a Brand“-Studie zeigt, dass kein deutscher Supermarkt zurzeit eine Richtlinie zur Reduzierung von Materialien in seinen Produkten hat.**

taucht in keinem ihrer Nachhaltigkeitsberichte auf. Das muss sich ändern. Mit dem Gesetzespaket zur Kreislaufwirtschaft, das vor der Verabschiedung im Europäischen Rat und Parlament steht, und Deutschlands Überarbeitung seines Ressourceneffizienzprogramms (ProgRess) ist es an der Zeit, von leeren Worten zu konkreten Taten zu schreiben.

## EMPFEHLUNGEN ZUR UMSETZUNG DES RESSOURCENEFFIZIENZ-POTENZIALS

Eine koordinierte Vorgehensweise von allen Akteuren und Bereichen der Gesellschaft ist erforderlich, um die Früchte der Ressourceneffizienz zu ernten. Dieser Bericht hat seinen Schwerpunkt auf die Vorgehensweise für Supermärkte zur Beschleunigung von Ressourceneffizienz gelegt, die Empfehlungen werden im Detail in Kapitel 4 angesprochen. Allerdings muss berücksichtigt werden, dass Supermärkte in einem größeren Wirtschaftssystem operieren, und Empfehlungen sollten auf eine Systemänderung abzielen. Günstige politische Rahmenbedingungen würden allen fortschrittlichen Firmen helfen, unabhängig von dem Sektor, in dem sie operieren.

### EMPFEHLUNGEN FÜR ENTSCHEIDUNGSTRÄGER:

1. Setzen eines absoluten und verbindlichen Ziels zur Ressourceneffizienz auf nationaler Ebene, darüber hinaus verbindlicher Ziele und marktbasierter Maßnahmen für verschiedene Wirtschaftsbereiche, inklusive des Konsumgütersektors. Es ist an der Zeit, Ressourceneffizienz als Aufgabe anzunehmen und die Abfallhierarchie mit verpflichtenden Maßnahmen anzuwenden. Das EU-Kreislaufwirtschaftspaket sollte ein europaweites Ziel setzen und verbindliche nationale Ziele formulieren. Auf deutscher Ebene sollte mit der zweiten Phase von ProgRess ein wirtschaftsweit verbindliches Ziel sowie spezifische Vorgaben zur Ressourceneffizienz für die verschiedenen Wirtschaftsbereiche festgeschrieben werden. Die branchenspezifischen Ziele sollten durch marktbasierende Mittel unterstützt werden - wie Steuerermäßigungen für die effizientesten Produkte und höhere Mehrwertsteuern für ressourcenverschwendende Produkte. Die Kombination von verbindlichen Zielen mit derartigen Maßnahmen würde ein *level playing field* schaffen, indem gute Akteure belohnt werden und Nachzügler aufholen müssen.

2. Anpassen der Methoden zur Berechnung von Ressourceneffizienz, um die Bemühungen verschiedener Akteure und Länder besser miteinander vergleichen zu können. Dies könnte auf EU-Ebene stattfinden und das Kreislaufwirtschaftspaket würde eine gute

Möglichkeit dafür bieten. Die Methoden sollten auch den gesamten Materialeinsatz außerhalb des Landes (oder der EU) berücksichtigen, inklusive des Ortes der Rohstoffgewinnung.

3. Erweitern der aktuellen Produktrichtlinien, um die Reduzierung des Ressourcenverbrauchs und die Erhöhung der Ressourceneffizienz zu steuern. Dies könnte im Idealfall auf EU-Ebene ablaufen, unter dem existierenden Rahmen der EU Ecodesign Richtlinie (siehe Kasten 10 für weitere Informationen). Verschiedene Akteure haben dazu aufgerufen, die Ecodesign-Maßnahmen über den Energieverbrauch hinaus zu erweitern und die Materialeffizienz mit einzubeziehen. Das könnte erhebliche Vorteile mit sich bringen, da die am wenigsten effizienten Produkte stufenweise aussortiert und durch effizientere Produkte ersetzt würden.

4. Einführen ambitionierter Abfallsammelziele und Recyclingquoten für spezifische Verpackungstypen und Überdenken der Berechnungsmethode in der nationalen Abfallregelung. Das sollte in Deutschland im kommenden *Wertstoffgesetz* in Angriff genommen werden. Auf europäischer Ebene besteht dank der Öffnung der Verpackungs- und Verpackungsabfall-Richtlinie die Möglichkeit, die „grundlegenden Anforderungen“ für Verpackungen zu überarbeiten, um verbindliche Kriterien aufzunehmen. Auf beiden Ebenen sollte eine erweiterte Herstellerverantwortung verschiedene Anreizsysteme je nach Materialverwendung beinhalten (z.B. Gebühren oder Steuererlässe), um ressourcenschonendere Verpackung zu fördern.

### KASTEN 9: EU ECODESIGN RICHTLINIE

Die EU Ecodesign Richtlinie bietet eine EU-weite Regelung zur Verbesserung der Umweltbilanz von energieverbrauchenden Produkten, z.B. Haushaltsgeräten, Informations- und Kommunikationstechnologien (wie PCs und Server) und Maschinenbaukomponenten. Die Richtlinie schreibt Mindestwerte zur Regulierung der Energieeffizienz dieser Produkte vor, die regelmäßig erneuert werden. Folglich werden die Produkte mit der geringsten Energieeffizienz aus dem EU-Markt gezogen. Das hat erheblichen Einfluss auf die Erhöhung des Anteils energieeffizienter Produkte auf dem europäischen Markt.

Bis 2020 wird eine jährliche Emission von 400 Millionen Tonnen CO<sub>2</sub> verhindert und dem europäischen Konsumenten und Geschäften bis zu 90 Milliarden Euro pro Jahr gespart (Ecofys, 2012). Die Ecodesign Richtlinie hat auch die Erhöhung der Ressourceneffizienz von Produkten zum Ziel, aber bis jetzt wurden keine ressourceneffizienten Vorgaben gemacht. Das Kreislaufwirtschaftspaket wäre eine Gelegenheit, das zu ändern. Obwohl es seine Unterstützung ausdrückt, Ressourceneffizienz in die Ecodesign Richtlinien aufzunehmen, gibt es bisher keine konkreten Änderungen. Das ist eine verpasste Gelegenheit. Der Ecodesign Rahmen könnte Mindestvoraussetzungen in Bezug auf Ressourceneffizienz für alle Marktteilnehmer festlegen und somit langfristige finanzielle Investitionen in diese Richtung rechtfertigen. Quelle: EC 2015, EEB 2015





## EMPFEHLUNGEN FÜR SUPERMÄRKTE

(für weitere Details, sehen Sie Kapitel 4)



**DEN VERKAUF DER RESSOURCENINEFFIZIENTESTEN PRODUKTE SOFORT STOPPEN, FÜR DIE BESSERE ALTERNATIVEN EXISTIEREN**



**EINFORDERN VON INFORMATIONEN BEI DEN LIEFERANTEN ZUM RESSOURCENVERBRAUCH DER PRODUKTE (INKLUSIVE VERPACKUNGEN) UND WEITERGABE DER INFORMATIONEN AN VERBRAUCHER**



**SETZEN VON ZIELEN UND STRATEGIEN ZUR REDUZIERUNG DES RESSOURCENVERBRAUCHS DER PRODUKTE, DIE SIE VERKAUFEN.**



**ENTWICKLUNG VON NEUEN NACHHALTIGEREN GESCHÄFTSMODELLEN.**

Die weltweite Umwelt- und Klimakrise verlangt rasches Handeln von jedem und allen Bereichen der Gesellschaft. Dieser Bericht hat gezeigt, dass es ein bedeutendes, unerschlossenes Potenzial zur Reduzierung des Einsatzes wertvoller Ressourcen im Supermarktsektor gibt. Dieses Potenzial ist nicht nur theoretisch vorhanden. Der Schlüssel zur Realisierung liegt in den Händen der involvierten Firmen.

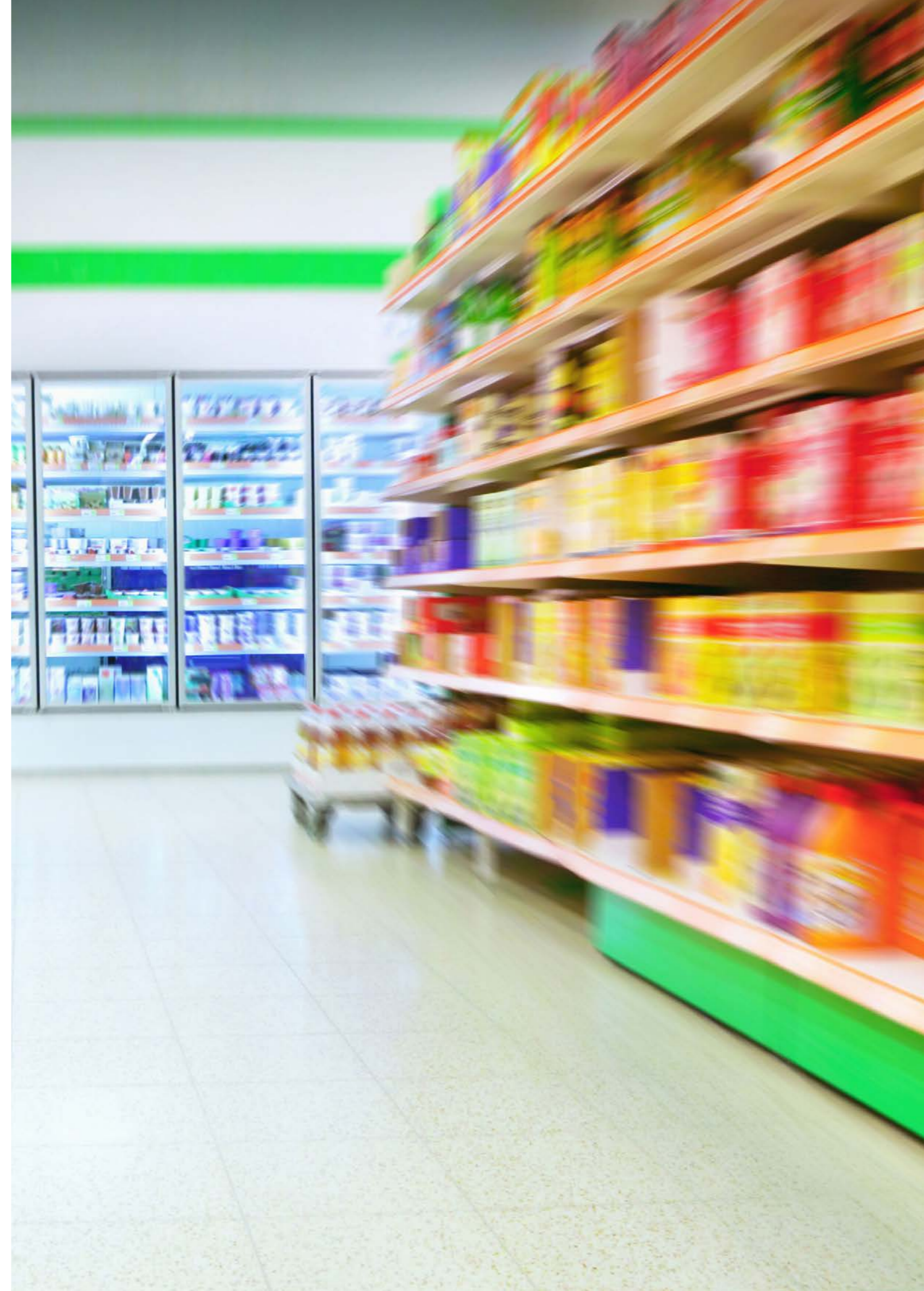
#### **EMPFEHLUNGEN FÜR HERSTELLER:**

1. Ressourcenschonende Produkte anbieten und die ineffizientesten Produkte ausmustern. Dies hat Vorteile: Nicht zuletzt werden Produktionskosten eingespart, weil weniger Material verbraucht wird. Die Kreislaufidee hilft, langfristig widerstandsfähig zu werden und nachteiligen wirtschaftlichen Trends standzuhalten, zum Beispiel den Preisschwankungen bei Rohstoffen.
2. „Design-out“ Abfall: Reduzieren von Abfall durch weniger Verpackungsmaterial und durch das Nutzen von Materialien, die wiederverwertet oder recycelt werden können.
3. Verlängern der Lebensdauer von Produkten und Angebot von Reparaturen für verkaufte Produkte.

#### **EMPFEHLUNGEN FÜR VERBRAUCHER:**

1. Verbraucher können mehr ressourcenschonende Produkte und Informationen über den Ressourcenverbrauch von Produkten ihres Supermarktes verlangen. Obgleich freiwillige Maßnahmen seitens der Verbraucher von den Firmen als Grund zur Verzögerung eigener Aktionen gesehen werden können, kann dies auch ein sinnvoller Anfang sein, um Druck auf Supermärkte und Hersteller auszuüben, um effizientere Produkte zu liefern. Das können komprimierte Produkte sein, Produkte mit weniger Verpackung und mehr nachhaltigen Materialien, wie zum Beispiel wiederverwertbare Flaschen und recycelte Materialien.
2. Verbraucher sollten ihr Konsumverhalten ändern und zum Beispiel die „Sharing Economy“ und andere neue Geschäftsmodelle nutzen. Der Schlüssel zur Ressourcenschonung ist weniger überflüssiger Konsum. Damit können Verbraucher ein mächtiges Signal senden. Denn was nicht erzeugt wird, kann auch nie zu Abfall werden.

Die weltweite Umwelt- und Klimakrise verlangt rasches Handeln von jedem und allen Bereichen der Gesellschaft. Dieser Bericht hat gezeigt, dass es ein bedeutendes, unerschlossenes Potenzial zur Reduzierung von überflüssigem Konsum wertvoller Ressourcen im Supermarktsektor gibt. Dieses Potenzial ist nicht nur theoretisch vorhanden, sondern wurde schon für eine große Menge an Konsumgütern erschlossen. Der Schlüssel zur kompletten Palette an Möglichkeiten liegt in der Hand der involvierten Firmen. Um die Wirtschaft zu wahrer Nachhaltigkeit zu bewegen, müssen der private Sektor, die Verbraucher und die Regierung gemeinsam und massiv handeln. Besonders die mächtigen deutschen Supermarktketten spielen eine wichtige Rolle als Bindeglied zwischen Verbrauchern und Herstellern. Das bietet den Supermärkten die Chance verantwortlich zu handeln, Kosten zu reduzieren und sich von ihren Wettbewerbern abzusetzen. Es bietet Deutschlands Entscheidungsträgern die Chance, die Führung zu übernehmen, die Abfallhierarchie endlich durchzusetzen und Deutschland zum ersten Land zu machen, das in eine konsequente Kreislaufwirtschaft eintritt und die sozialen und wirtschaftlichen Vorteile erntet.



## 6. BIBLIOGRAPHIE:

1. Bakker, Wang, Huisman and den Hollander, 2014, 'Products that go round; Exploring product life extension through design' Journal of Cleaner Production, in press. Available at: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.01.028>
2. BMUB (Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation, Building and Nuclear Safety) (2012): German Resource Efficiency Programme (ProgRes). Available at: [http://www.bmub.bund.de/fileadmin/Daten\\_BMU/Pools/Broschueren/progress\\_broschuere\\_en\\_bf.pdf](http://www.bmub.bund.de/fileadmin/Daten_BMU/Pools/Broschueren/progress_broschuere_en_bf.pdf)
3. BUND (2015) Ressourcenschutz ist mehr als Rohstoffeffizienz. Available at [http://www.bund.net/fileadmin/bundnet/publikationen/technischer\\_umweltschutz/150812\\_bund\\_technischer\\_umweltschutz\\_ressourcenschutz\\_hintergrund.pdf](http://www.bund.net/fileadmin/bundnet/publikationen/technischer_umweltschutz/150812_bund_technischer_umweltschutz_ressourcenschutz_hintergrund.pdf)
4. BUND (2016) Aktualisierte Stellungnahme zu Deutschen Ressourceneffizienzprogramm (ProgRes II) [http://www.bund.net/fileadmin/bundnet/pdfs/technischer\\_umweltschutz/150917\\_bund\\_technischer\\_umweltschutz\\_ressourceneffizienzprogramm\\_stellungnahme.pdf](http://www.bund.net/fileadmin/bundnet/pdfs/technischer_umweltschutz/150917_bund_technischer_umweltschutz_ressourceneffizienzprogramm_stellungnahme.pdf)
5. Deutschlandfunk (2014) Immer weniger Mehrwegflaschen im Handel. Available at [http://www.deutschlandfunk.de/plastikmuell-immer-weniger-mehrweg-flaschen-im-handel.724.de.html?dram:article\\_id=281423t](http://www.deutschlandfunk.de/plastikmuell-immer-weniger-mehrweg-flaschen-im-handel.724.de.html?dram:article_id=281423t)
6. DUH (2015) Mehrwegflasche vs. Einwegflasche - Was macht den Unterschied? Available at <http://www.duh.de/4008+M55486ef677a.html>
7. Ecofys (2012): Economic benefits of the EU Ecodesign Directive Improving European economies. Available at: [http://www.ecofys.com/files/files/ecofys\\_2012\\_economic\\_benefits\\_ecodesign.pdf](http://www.ecofys.com/files/files/ecofys_2012_economic_benefits_ecodesign.pdf)
8. Ellen MacArthur Foundation (2012): In-Depth: Mobile Phones. Available at: <http://www.ellenmacarthurfoundation.org/circular-economy/interactive-diagram/in-depth-mobile-phones>
9. Ellen MacArthur Foundation (2015): Growth within: A circular economy vision for a competitive Europe. Available at [http://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/Ellen-MacArthurFoundation\\_Growth-Within\\_July15.pdf](http://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/Ellen-MacArthurFoundation_Growth-Within_July15.pdf)
10. Ellen MacArthur Foundation (2016): The New Plastics Economy: Rethinking the future of plastics. Available at: <http://www.ellenmacarthurfoundation.org/news/new-plastics-economy-report-offers-blueprint-to-design-a-circular-future-for-plastics>
11. Euractiv (2015) Rekord-Wachstum für deutsche Fairtrade-Produkte. Available at <http://www.euractiv.de/sections/entwicklungspolitik/rekord-wachstum-fuer-deutsche-fairtrade-produkte-314503>
12. Euractiv (2015): Timmermans defends ambition of new Circular Economy package Available at: <http://www.euractiv.com/sections/sustainable-dev/timmermans-defends-ambition-new-circular-economy-package-320049>
13. European Commission (2014): Analysis of an EU target for Resource Productivity, Accompanying the document COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS Towards a circular economy: a zero waste programme for Europe. Available at: <http://ec.europa.eu/environment/circular-economy/pdf/AnalysisEUtarget.pdf>
14. European Commission (2015) England becomes the latest EU country to introduce plastic bag charges. Available at: <http://ec.europa.eu/environment/europeangreencapital/englandplasticbag/index.html>
15. European Commission (2016) Banking and Finance. Non-financial reporting. Available at [http://ec.europa.eu/finance/company-reporting/non-financial\\_reporting/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/finance/company-reporting/non-financial_reporting/index_en.htm)
16. Eurostat (2015). Municipal waste generated by country in selected years (kg per capita). Available at [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/File:Municipal\\_waste\\_generated\\_by\\_country\\_in\\_selected\\_years\\_\(kg\\_per\\_capita\)\\_new1.png](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/File:Municipal_waste_generated_by_country_in_selected_years_(kg_per_capita)_new1.png)
17. Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation, Building and Nuclear Safety (2012): German Resource Efficiency Programme (ProgRes). Available at: [http://www.bmub.bund.de/fileadmin/Daten\\_BMU/Pools/Broschueren/progress\\_broschuere\\_en\\_bf.pdf](http://www.bmub.bund.de/fileadmin/Daten_BMU/Pools/Broschueren/progress_broschuere_en_bf.pdf)
18. GfK (2015b) Die Einkaufswoche der Deutschen. Available at <http://www.gfk-verein.org/compact/fokusthemen/die-einkaufswoche-der-deutschen>
19. GfK (2015a) Sustainability awareness. Available at <http://www.gfk-verein.org/en/compact/focustopics/sustainability-awareness>
20. Global Footprint Network (2016): Do we fit on the planet?. Available at: [http://www.footprintnetwork.org/pt/index.php/GFN/page/world\\_footprint/](http://www.footprintnetwork.org/pt/index.php/GFN/page/world_footprint/)
21. Gosden, E. (2015) Plastic bag 5p charge cuts usage by almost 80 per cent, Tesco says, The Telegraph, Published on 4 December 2015. Available at: <http://www.telegraph.co.uk/news/earth/environment/12034574/Plastic-bag-5p-charge-cuts-usage-by-almost-80-per-cent-first-data-shows.html>
22. GRI (2013) G4 guidelines - Materials. Available at <https://g4.globalreporting.org/specific-standard-disclosures/environmental/materials/Pages/default.aspx>
23. Greenpeace (2013) Am „Blauen Engel“ führt kein Weg vorbei! Available at <https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/20130830-greenpeace-factsheet-toiletten-recyclingpapier.pdf>
24. IKW, IRI (2016). Umsatz mit Körperpflegemitteln in Deutschland in den Jahren 2004 bis 2015. Available at: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/4593/umfrage/koerperpflegemittel---umsatz-in-deutschland-seit-2004/> & <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/5452/umfrage/umsatz-des-deutschen-wasch--putz--reinigungsmittel-marktes-seit-2004/>
25. IPR (2015) Nachhaltigkeitsrechner. Available at <http://papiernetz.de/info/nachhaltigkeitsrechner>
26. Initiative Mehrweg (nd) Reusable drinks bottles - a dynamic sector. Available at <http://www.stiftung-mehrweg.de/en/getraenke.php>
27. James, K. (2014). A methodology for quantifying the environmental and economic impacts of re-use, Banbury.
28. Krausmann, F., Gingrich, S., Eisenmenger, N., Erb, K. H., Haberl, H., & Fischer-Kowalski, M. (2009). Growth in global materials use, GDP and population during the 20th century. *Ecological Economics*, 68(10), 2696-2705.
29. Metro (2015) Retail Compendium 2015/2016. Available at <http://www.metro-handelslexikon.de/en/the-retail-compendium/>
30. NABU (2015): Stellungnahme des NABU zum Fortschrittsbericht (2012 -2015) und der Fortschreibung (2016 - 2019) des Programms zur nachhaltigen Nutzung und zum Schutz der natürlichen Ressourcen. Available at: [https://www.nabu.de/imperia/md/content/nabude/abfallpolitik/150923\\_nabu\\_stellungnahme\\_progress\\_ii\\_endg.pdf](https://www.nabu.de/imperia/md/content/nabude/abfallpolitik/150923_nabu_stellungnahme_progress_ii_endg.pdf)
31. NABU (2016) Deutsches Ressourceneffizienzprogramm (ProgRes) II. Available at [https://www.nabu.de/imperia/md/content/nabude/abfallpolitik/160201\\_nabu\\_stellungnahme\\_progress\\_ii\\_versdez15.pdf](https://www.nabu.de/imperia/md/content/nabude/abfallpolitik/160201_nabu_stellungnahme_progress_ii_versdez15.pdf)
32. NABU et al. (2013) Brief: Langfristige Ressourcenschonungspolitik formulieren und realisieren. Available at
33. Nielsen (2016). Durchschnittliche Anzahl der Einkäufe eines Haushaltes im Einzelhandel in Deutschland nach Betriebsform in den Jahren 2007 bis 2011. Available at: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/236099/umfrage/anzahl-der-einkaeufer-der-haushalte-im-einzelhandel-nach-betriebsform/>

34. Perchard, E. (2015): Circular economy could bring 3m more jobs to EU by 2030. Available at: <http://resource.co/article/circular-economy-could-bring-3m-more-jobs-eu-2030-10464>
35. Perella, M. (2015): 10 things you need to know about the circular economy, The Guardian. Available at: <http://www.theguardian.com/sustainable-business/10-things-need-to-know-circular-economy>
36. Prognos (2014): Abfallwirtschaft im Gleichgewicht? Entwicklung von Restabfallmengen und die künftig notwendigen Behandlungskapazitäten in Deutschland. Presentation at the conference IFAT, 08. May 2014, Munich. Available at: [http://www.prognos.com/uploads/tx\\_atwpubdb/140508\\_HAL\\_IFAT-Vortrag.pdf](http://www.prognos.com/uploads/tx_atwpubdb/140508_HAL_IFAT-Vortrag.pdf)
37. Rat für Nachhaltiger Entwicklung (2015) Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex Maßstab für nachhaltiges Wirtschaften. Available at [http://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/fileadmin/user\\_upload/dnk/partner/DNK-Broschuere\\_Der\\_Deutsche\\_Nachhaltigkeitskodex.pdf](http://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/fileadmin/user_upload/dnk/partner/DNK-Broschuere_Der_Deutsche_Nachhaltigkeitskodex.pdf)
38. Rank a Brand (2015): Nachhaltigkeit: supermärkte & discounter <http://rankabrand.de/Superm percentC3 percentA4rkte-Discouter>
39. Rat für Nachhaltige Entwicklung (2011): Wie Deutschland zum Rohstoffland wird: Empfehlungen des Rates für Nachhaltige Entwicklung an die Bundesregierung. Available at: [http://www.nachhaltigkeitsrat.de/uploads/media/RNE\\_Rohstoffland\\_Deutschland\\_texte\\_Nr\\_39\\_Juni\\_2011\\_01.pdf](http://www.nachhaltigkeitsrat.de/uploads/media/RNE_Rohstoffland_Deutschland_texte_Nr_39_Juni_2011_01.pdf)
40. Statista (2014): Umsatz mit Bio-Lebensmitteln in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2014 Available at <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/4109/umfrage/bio-lebensmittel-umsatz-zeitreihe/>
41. Statistisches Bundesamt (2016): Ausgaben für Nahrungsmittel in Deutschland seit 1900. Available at: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/75719/umfrage/ausgaben-fuer-nahrungsmittel-in-deutschland-seit-1900/>
42. The Guardian (2015): Ikea to sell only energy-saving LED lightbulbs. Available at <http://www.theguardian.com/environment/2015/aug/10/ikea-ditches-conventional-lightbulbs-for-energy-saving-led-lighting>
43. UBA (2015): Resource conservation: an overarching aim of environmental policy. Available at: <https://www.umweltbundesamt.de/en/topics/waste-resources/resource-conservation-environmental-policy>
44. UBA, (2013): Update of national and international resource use indicators. Available at <https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/461/publikationen/4437.pdf>
45. WDR (2015) Nur billig zieht nicht mehr. Available at <http://www1.wdr.de/themen/verbraucher/themen/geld/discounter-supermarkt-100.html>
46. Wilts et al. (2016): Benefits of resource efficiency in Germany. Wuppertal Institute. Available at <http://wupperinst.org/projekte/themen-online/abfall-und-ressourceneffizienz/>  
[https://s3.amazonaws.com/s3.sumofus.org/images/Benefits\\_of\\_ResourceEfficiency\\_in\\_Germany\\_1.pdf](https://s3.amazonaws.com/s3.sumofus.org/images/Benefits_of_ResourceEfficiency_in_Germany_1.pdf)
47. Wilts, H. et al. (2015): Policy Mixes for Resource Efficiency. POLFREE Report 2.3. UCL, London
48. Wilts, H.; von Gries, N. (2014): Municipal Solid Waste Management Capacities in Europe. Desktop Study. ETC/SCP Working Paper No 8/2014. Available at: [http://scpeionet.europa.eu/publications/wp2014\\_8/wp/wp2014\\_8](http://scpeionet.europa.eu/publications/wp2014_8/wp/wp2014_8)
49. WRAP (2015): Economic Growth Potential of More Circular Economies. Available at: <http://www.wrap.org.uk/sites/files/wrap/Economic percent20growth percent20potential percent20of more percent20circular percent20economies.pdf>
50. WRAP (2015b) The Courtauld Commitment. Available at <http://www.wrap.org.uk/category/initiatives/courtauld-commitment>
51. WWF (2014): Living Planet Report: Species and spaces, people and places. Available at: [http://wwf.panda.org/about\\_our\\_earth/all\\_publications/living\\_planet\\_report/](http://wwf.panda.org/about_our_earth/all_publications/living_planet_report/)



Sum  
Of  
+ Us

---