

Pressemitteilung Nr. 42 vom 12.12.2017

## Marktanteile von grünen Produkten steigen – CO<sub>2</sub>-Emissionen im Konsumsektor dennoch unverändert Mehr Transparenz und Orientierung durch Umweltsiegel

Der Umsatz mit grünen Produkten in den Konsumbereichen Wohnen, Mobilität und Ernährung ist 2015 um sieben Prozent gegenüber dem Vorjahr gewachsen. Dennoch haben sich die CO<sub>2</sub>-Emissionen im Konsumsektor kaum verändert. Dies zeigt die Studie „Grüne Produkte in Deutschland 2017 – Marktbeobachtungen für die Umweltpolitik“ des Umweltbundesamtes (UBA). So sind die CO<sub>2</sub>-Emissionen im Konsumbereich von 7,9 Tonnen pro Person und Jahr im Jahr 2005 lediglich um ein Prozent auf 7,8 Tonnen im Jahr 2014 gesunken. „Die Richtung stimmt, aber der Umsatz mit umweltfreundlichen Produkten wächst zu langsam. Dies liegt vor allem daran, dass die Preise für Produkte nicht die realen Kosten für die Umwelt widerspiegeln. Unser Konsum trägt ganz wesentlich zu Umweltbelastungen bei, daher sollten die Umweltkosten eingepreist werden“, sagt UBA-Präsidentin Maria Krautzberger.

Trotz Zuwachs bei grünen Produkten sinken die Umweltbelastungen nicht: Die Emissionen im Bereich **Mobilität** sind wegen stark steigenden Emissionen beim Luftverkehr und kaum abnehmender Emissionen bei der Automobilität leicht um 0,4 Prozent gestiegen. Im Bereich **Ernährung** sind die Emissionen – vor allem aufgrund des hohen Fleischkonsums – mit rund neun Prozent sogar deutlich gestiegen. Die CO<sub>2</sub>-Emissionen im Bereich **Wohnen** sind dank energetischer Sanierungen immerhin um rund zehn Prozent in den letzten zehn Jahren gesunken. Gleichzeitig tragen das Wachstum der durchschnittlichen Wohnfläche ebenso wie die zunehmende Geräteausstattung insbesondere im Bereich Informations- und Telekommunikationstechnik zu Umweltbelastungen bei.

Wohnen (Heizen und Strom), Mobilität und Ernährung sind für 80 Prozent der CO<sub>2</sub>-Emissionen des privaten Konsums verantwortlich. Die Studie untersucht den Umsatz grüner Produkte in diesen Konsumbereichen anhand der Marktentwicklung von Umweltsiegeln. Im Papiersegment beispielsweise ist der Blaue Engel verbreitet und bekannt – rund 17 Prozent der Hygienepapiere tragen den Blauen Engel, Marktanteile wie auch Umsätze haben seit 2012 leicht zugelegt. Umweltsiegel sind der

**Pressesprecher & Referatsleiter  
„Presse- und Öffentlichkeits-  
arbeit, Internet“:**

Martin Ittershagen  
martin.ittershagen@uba.de

**Pressesprecher:**

Felix Poetschke  
felix.poetschke@uba.de

**Stellvertretende**

**Pressesprecherin:**

Laura Schoen  
laura.schoen@uba.de

**Pressehotline:**

+49(0)340 2103 - 2245  
pressestelle@uba.de

Studie zufolge vor allem dann erfolgreich, wenn mit den grünen Produkten auch Geld gespart werden kann und wenn der Staat die Label durch Gesetze fördert. Ein Beispiel hierfür ist das sehr erfolgreiche EU-Energielabel: Zum einen lassen sich mit energieeffizienten Geräten Stromkosten sparen. Zum anderen ist das EU-Energielabel nicht freiwillig, sondern Pflicht.

—

### Weitere Informationen:

#### Die Studie

Bereits zum dritten Mal betrachtet das UBA die Marktentwicklung ausgewählter grüner Produkte in den drei zentralen Konsumbereichen Wohnen, Mobilität und Ernährung. Die Marktzahlen von 2008 bis 2015 werden dabei der Entwicklung der CO<sub>2</sub>-Emissionen des Konsums gegenübergestellt. Daneben wurden erstmalig die Marktentwicklungen der Umweltlabel Blauer Engel (Papier), EU Ecolabel (Hygieneartikel), FSC und PEFC (Holz) sowie GOTS (Textilien) untersucht.

### Links:

Die Studie zum Download:

<http://www.umweltbundesamt.de/publikationen/gruene-produkte-in-deutschland-2017>

Statements von UBA-Experte Michael Bilharz zum Download (Audio):

<http://www.umweltbundesamt.de/gruene-produkte-in-deutschland-2017>

**Pressesprecher:** Martin Ittershagen  
**Pressesprecher:** Felix Poetschke  
**Stellvertretende Pressesprecherin:** Laura Schoen  
**Mitarbeiter:** Martin Stallmann  
**Sekretariat:** Cathleen Rieprich

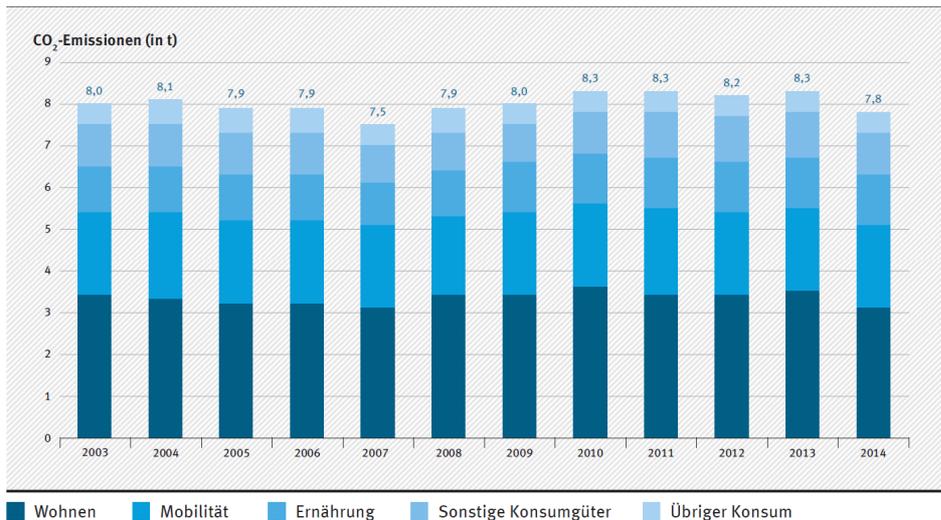
Umweltbundesamt, Postfach 14 06, 06813 Dessau-Roßlau  
Pressehotline: +49(0)340 2103 - 2245  
E-Mail: [vorname.nachname@uba.de](mailto:vorname.nachname@uba.de)  
[www.umweltbundesamt.de](http://www.umweltbundesamt.de)  
 /umweltbundesamt.de  /umweltbundesamt

## Grafiken:

### Marktanteile und Marktentwicklungen im Überblick

		Marktanteil 2015 (Niveau)	Marktentwicklung (durchschnittliche Wachstumsrate der Marktanteile der vergangenen 3 Jahre)
„Tempo halten“	Effiziente Haushaltsgeräte	Zwischen 70 und 90 %	Zwischen +8,5 % und +91 %
	MSC-Produkte	64 %	+7,2 %
	Effiziente Beleuchtung	51 %	+14,8 %
„Luft nach oben“	Ökostromtarife	19,8 %	+11,3 %
„Tempo forcieren“	Ökologische Wärmeerzeuger	12,2 %	k.A., da wechselweise Wachstum und Schrumpfung
	Öffentlicher Verkehr	9,8 %	+4,0 %
	Bioprodukte	4,7 %	+3,6 %
	Elektro- und Hybridfahrzeuge	1,4 %	+22,6 %
	Car-Sharing	0,1 %	+36,2 %

### CO<sub>2</sub>-Emissionen des privaten Konsums pro Kopf



Quelle: Statistisches Bundesamt 2017c.

**Pressesprecher:** Martin Ittershagen  
**Pressesprecher:** Felix Poetschke  
**Stellvertretende Pressesprecherin:** Laura Schoen  
**Mitarbeiter:** Martin Stallmann  
**Sekretariat:** Cathleen Rieprich

Umweltbundesamt, Postfach 14 06, 06813 Dessau-Roßlau  
 Pressehotline: +49(0)340 2103 - 2245  
 E-Mail: vorname.nachname@uba.de  
 www.umweltbundesamt.de  
 /umweltbundesamt.de   
  /umweltbundesamt