



Pressemitteilung

Berlin/Freiburg, 9. März 2005

EcoTopTen – Rundum gute Produkte

Marktübersicht für Verbraucher, Innovationsziele für Unternehmen

Mit Auftakt der „EcoTopTen-Kampagne“ am Mittwoch, 9. März, im Berliner Umweltforum erhalten VerbraucherInnen jetzt eine professionelle Marktübersicht über Produkte, die rundum empfehlenswert sind. EcoTopTen-Produkte schonen nicht nur die Umwelt, sondern erfüllen auch Kundenwünsche nach Qualität und angemessenem Preis. Erste Produktübersichten können jetzt im Internet unter www.ecotopten.de zu Autos verschiedener Größenklassen, Car-Sharing, Gas-Brennwertkesseln und Holzpellettheizungen, „Anrufbeantwortern im Netz“ und Waschmaschinen nachgelesen werden. Bis Mitte 2006 folgen 17 weitere Produktübersichten, bis Mai erscheinen Marktübersichten zu Klein- und Kleinstwagen, Wäschetrocknern und Strom. EcoTopTen ist eine große Kampagne für nachhaltigen Konsum und Produktinnovationen auf Initiative des Öko-Instituts e.V..

Die Verbraucherkampagne

Die Marktübersichten sollen VerbraucherInnen helfen, eine schnelle Entscheidung für zukunftsfähige Produkte treffen zu können. Denn „Käufer sind nicht bereit, sich mit vielen Ratgebern herumzuschlagen“, betont Projektleiterin Kathrin Graulich vom Öko-Institut e.V.. VerbraucherInnen können sich mit EcoTopTen über rundum gute Produkte informieren, über Preise und Folgekosten, zum Beispiel für Strom oder Wasser, und bekommen Verhaltenstipps zu kostensparender und umweltschonender Nutzung.

Das Beispiel Auto

Zusammen mit dem Verkehrsclub Deutschland (VCD) hat das Öko-Institut zum Beispiel Kompaktwagen, Familienautos und Mini-Vans untersucht. Die Ergebnisse zeigen, dass es bereits viele Autos mit guten Umwelteigenschaften zu angemessenen Preisen gibt. In der EcoTopTen-Liste finden sich zehn Familienwagen – auf Platz 1 der Skoda Fabia 1,4 Combi – und sieben Wagen der Kompaktklasse, ganz vorne der Audi A2. Bei den Mini-Vans erfüllt allerdings nur der erdgasbetriebene Opel Zafira die EcoTopTen-Anforderungen. Weitere Ergebnisse lesen Sie auf www.ecotopten.de. Die Ergebnisse fasst auch das Faltblatt „Mobil sein“ zusammen.

Das Forschungs- und Innovationsprojekt

Am Beispiel Auto zeigt sich, dass es viele Produkte auf dem Markt gibt, die die EcoTopTen-Kriterien erfüllen, in anderen Produktfeldern ist dies aber noch nicht der Fall, beispielsweise bei Fahrrädern. Das Öko-Institut setzt daher zusammen mit dem Institut für sozial-ökologische Forschung (ISOE) Innovationsziele aus Sicht der VerbraucherInnen und kommuniziert diese an interessierte Unternehmen. „Besonders begrüßenswert finde ich, dass EcoTopTen einen neuen Ansatz verfolgt: Technische und ökologische Innovationsziele werden auch unter dem Aspekt bewertet, welchen Nutzen VerbraucherInnen davon haben“, bekräftigt Schirmherrin Bundesministerin Renate Künast.

Leitung:



Geschäftsstelle Freiburg
Postfach 62 26
D-79038 Freiburg

Hausadresse:
Binzengrün 34a
D-79114 Freiburg

Telefon: 0761-45 295-0
Öffentlichkeit & Kommunikation: -22
Fax: 0761-47 54 37
Email: c.rathmann@oeko.de



Beispielsweise fordert das Öko-Institut die Entwicklung von sicheren und wartungsarmen Alltagsrädern, bei denen Lichtanlagen und Bremsen bei jedem Wetter und ohne dauernde Reparaturen funktionieren.

Konsumforschung

Die Ergebnisse der Konsumforschung zeigen über alle Produktgruppen hinweg, dass die heutige Konsumentengeneration deutlich andere Interessen und Vorlieben hat als die Konsumentengeneration der 80er und 90er Jahre. „Zwar wirkt das Negativimage der Öko-Produkte der ersten Generation immer noch nach, aber längst gibt es moderne Zielgruppen, die Spaß, Genuss und Ökologie miteinander verbinden. Die ökologischen Benefits sind dann eine unter vielen Anforderungen, die die modernen multioptionalen KonsumentInnen haben. Diese Anforderungen müssen aber auf höchstem professionellen Niveau erfüllt werden“, stellt Konrad Götz vom ISOE fest.

Das Neue an EcoTopTen

Bei der Bewertung der EcoTopTen-Produkte werden die Kriterien Umweltfreundlichkeit, Preis und jährliche Gesamtkosten gleichrangig gewichtet und zugleich auf hohe Qualität geachtet - ein Novum. „Bei den Kriterien beziehen wir bestehende Produktsiegel, Bewertungen und Testergebnisse ein“, erklärt Dr. Rainer Grieshammer, stellvertretender Geschäftsführer des Öko-Instituts e.V.. Für EcoTopTen-Produkte gibt es ökologische Mindestkriterien, die auf jeden Fall erfüllt sein müssen, zum Teil aber auch Preisobergrenzen, die nicht überschritten werden dürfen. Daher konnte sich zum Beispiel im Produktfeld Wäsche waschen & trocknen keine Waschmaschine den EcoTopTen-Titel verdienen. Wo die Datenlage es erlaubt, werden auch soziale Kriterien und bestehende Qualitätstests mit einbezogen.

Die Produktfelder

„Wir liefern Produktübersichten in den zehn wichtigsten Lebensbereichen und nehmen Käufern die Recherchearbeit ab“, sagt Grieshammer. Die Produktfelder sind: Wohnen, Mobil sein, Essen & Trinken, Kühlen, kochen, spülen, Hose, Hemd & Co., Wäsche waschen & trocknen, Informieren & Kommunizieren, Fernsehen & Co., Strom beziehen und Geld anlegen. Produkte dieser Bereiche verursachen bisher 64 Prozent der Kohlendioxid-Emissionen und 58 Prozent des Energieverbrauchs in Deutschland sowie rund Zweidrittel der Verbraucherausgaben.

Förderung

Die EcoTopTen-Initiative wird vom Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft, vom Bundesministerium für Bildung und Forschung und der Stiftung Zukunftserbe gefördert.

AnsprechpartnerInnen:

Dr. Rainer Grieshammer, stellv. Geschäftsführer des Öko-Instituts e.V.
Telefon 0761/45295-50, r.griesshammer@oeko.de

Kathrin Graulich, stellv. Koordinatorin im Bereich Produkte & Stoffströme am Öko-Institut e.V.,
Büro Freiburg
Telefon 0761/45295-51, k.graulich@oeko.de

Konrad Götz, Institut für sozial-ökologische Forschung ISOE
Telefon 069/707691921, goetz@isoe.de

Service-Telefon am 9. März: Isabella Kessel unter mobil **0160/8228153**

Interviewvermittlung: Pressesprecherin Christiane Rathmann unter mobil **0160/5333355**