

31.08.2011

## **Studie: Trägt das Verbraucherverhalten zum Klimaschutz bei?**

### **Ergebnisse der Studie**

Mit der vorliegenden Recherchestudie wurde die Frage „Trägt das Verbraucherverhalten zum Klimaschutz bei?“ untersucht. Dabei ist festzuhalten: Der in den Vorgängerstudien<sup>1</sup> aufgezeigte Trend hin zum klimafreundlichen Konsum kann auch für die Jahre 2009-2010 bestätigt werden. Das Wachstum findet überwiegend in Nischenmärkten mit niedrigem Ausgangsniveau statt. Über den Gesamtzeitraum 2007-2010 sind große Unterschiede zwischen den einzelnen Bereichen festzustellen, es gibt Gewinner und Verlierer.

### **Gewinner und Verlierer**

Bei einigen Produkten gibt es Fortschritte („Gewinner“), andere hingegen stehen beim Klimaschutz auf der Bremse („Verlierer“).

Auf der Gewinnerseite stehen:

- Effiziente Kühlgeräte, hier gehörten 2010 schon mehr als die Hälfte aller Produkte zu den beiden besten Effizienzklassen,
- Ökostrom, seit Jahren im Trend, Ende 2010 bei über 3 Millionen Privatkunden - und nach der Reaktorkatastrophe in Fukushima nochmals stark steigend,
- eBikes, die nicht nur das Image des Fahrradgeschäftes mehr und mehr prägen, sondern auch beeindruckende Zuwächse verzeichnen (3,5 Prozent mehr Marktanteil, Wachstumsraten von über 20 Prozent),
- und das CarSharing mit Wachstumsraten im zweistelligen Bereich und über 190.000 Nutzern Jahr 2010.

Die größten Verlierer sind:

- der Flugverkehr mit rund fünf Prozent Zuwachs jährlich und einem Anteil an kompensierten Flügen von weit unter einem Prozent,
- der Verkauf von Geländewagen: Hier ist der Marktanteil von 7,3 auf 10,1 Prozent gestiegen
- was einen Teil der Einsparungen beim PKW-Verkehr zunichte macht,
- der durch eine wechselhafte Förderpolitik ausgelöste Einbruch im Solarmarkt – so ging bspw. der Anteil von Wärmepumpen am Heizungsmarkt zurück (17,1 auf 15,9 Prozent)
- und der seit Jahren konstante Fleischverzehr – eine unverändert große Co2-Quelle.

### **Ergebnisse in den einzelnen Bereichen**

#### **Mobilität und Reisen**

Im Bereich Mobilität und Reisen gibt es einen Trend zum Klimaschutz: So sinkt der durchschnittliche Co<sub>2</sub>-Ausstoß von Neuwagen überraschender Weise auch nach Auslaufen der Abwrackprämie deutlich (insgesamt von 169,6 g/km im Jahr 2007 auf 151,7 g/km in 2010). Verbraucher kaufen aber nicht nur spritsparende Modelle, sie greifen zudem verstärkt nach Gebrauchtwagen statt Neuwagen und achten zunehmend auf effiziente Modelle oder klimaschonende Antriebstechniken: Am 01.01.2011 gab es in Deutschland 42,3 Millionen PKW, davon fahren rund 40.000 mit Hybrid- oder Elektro-Antrieb.

Bei den eBikes gibt es einen regelrechten Boom, inzwischen fahren von den 69 Millionen Fahrrädern in Deutschland rund 900.000 elektrisch. Ebenso rasant wächst das Carsharing, 2010 endete nur knapp unter der Marke von 200.000 Nutzern. Verbraucher achten auch beim Urlaub mehr auf das Klima, der Flugverkehr ist jedoch ein klarer Verlierer. Das Motto ist hier: Mehr fliegen, weniger kompensieren: 2010 gab es in Deutschland rund 190 Millionen Flug-Passagiere. Im gleichen Jahr wurden knapp 60.000 Flüge wurden bei atmosfair und myclimate kompensiert.

Bereich	Marktanteil 2007 (in Prozent)	Marktanteil 2010 (in Prozent)	Veränderung (in Prozentpunkten)
Minis (PKW-Neukauf)	5	7	+2
Geländewagen (PKW-Neukauf)	7,3	10,1	+2,8
kompensierte Flüge	>1	>1	-
eBikes (Stückzahl)	1,5	5	+3,5
Urlaubsreisen	>1	>1	+

## Bauen und Wohnen

Den stärksten Trend gibt es im Bereich Bauen und Wohnen: Immer mehr Verbraucher sanieren ihre Häuser oder errichten energieeffiziente Neubauten. Besonders stark ist das Wachstum der Passivhäuser, von den jährlich rund 120.000 neuen Wohngebäude waren 2010 rund 13.500 Passivbauten. Zuvor nehmen Verbraucher verstärkt Energieberatungen in Anspruch. Für die Wärmeversorgung setzen sie zunehmend auf Pelletheizungen, Heizungswärmepumpen oder Photovoltaik-Anlagen. 2010 wurden rund 25.000 neue Pelletheizungen, 51.000 Wärmepumpe und 115.000 solarthermische Anlagen installiert. Die Zahl der neu installierten Photovoltaik-Anlagen lag bei rund 250.000.

Hier sind die Zuwachsraten jedoch rückläufig – was eine hohe Abhängigkeit von den Förderbedingungen zeigt: Schwankungen in der Förderpolitik und Rückgänge bei den Fördermitteln führen unmittelbar zu einem Rückgang des Klimatrends. Die Zahl der installierten Photovoltaik-Anlagen steigt, ebenso der Absatz energiesparender Leuchtmittel und Kühlschränke. Letztere gehören zu den klaren Gewinnern: In Deutschland werden jährlich rund 3 Millionen Kühlschränke neu gekauft, 2009 haben Geräte der beiden besten Effizienzklassen A++ und der A+ bei den Kühlgeräten zusammen einen Anteil von 56 Prozent, bei den Gefriergeräten von 65 Prozent. Klar im Trend liegt auch der Wechsel zu Ökostrom. Während 2008 2,13 Millionen Privatkunden Ökostrom bezogen, waren es 2010 über 3 Millionen. Die Zahl der Ökostromkunden wächst stetig und erreicht nach dem atomaren Super-Gau in Fukushima historische Höchststände.

Bereich	Marktanteil 2007 (in Prozent)	Marktanteil 2010 (in Prozent)	Veränderung (in Prozentpunkten)
Kühlgeräte A++ und A+	35	56	+21
Ökostrom	2	circa 5	3
Wärmepumpen	17,1	15,9	-1,2
Passivhäuser an Neubauten	6,5	10,7	+4,2

## Konsumieren und Investieren

Auch im Bereich Konsumieren und Investieren zeigt sich ein leichter Trend zum Klimaschutz. Der Umsatz von Bio-Produkten wächst, die Zuwachszahlen gehen allerdings zurück. Die Bio-Branche machte 2009 einen Umsatz von rund 6 Millionen Euro, der Anteil am Umsatz im Einzelhandel liegt damit bei 3,4 Prozent. Beim Fleischkonsum ist das Wachstum des Bio-Anteils die einzige gute Nachricht, der deutsche Fleischverzehr/Kopf liegt nahezu unverändert bei rund 60kg. Auch beim Papierverbrauch gibt es kaum Bewegung, der Papierverbrauch nimmt nur leicht ab, die Altpapierquote steigt leicht an.

Auch der Einsatz von Mehrwegverpackungen ist rückläufig: 80 Prozent der in Deutschland verkauften Getränken sollten eine Mehrweg- oder ökologische Einwegverpackung haben. Der Anteil fällt jedoch seit Jahren und lag 2009 bei 51,8 Prozent. Im Fairtrade-Sektor gibt es eine rasante Entwicklung: Inzwischen kennen drei Viertel der Verbraucher das Fairtrade-Siegel, Zweidrittel der in Deutschland verkauften Fairtrade-Produkte tragen ein Biolabel. Die Marktanteile der Hauptprodukte Kaffee und Rosen liegen bei ca. zwei Prozent. Ein gutes Wachstum in einem Nischenmarkt sind schließlich nachhaltige Geldanlagen, 2009 investierten deutsche Anleger hier fast 13 Milliarden Euro.

Bereich	Marktanteil 2007 (in Prozent)	Marktanteil 2010 (in Prozent)	Veränderung (in Prozentpunkten)
Bio-Rindfleisch	2,1	4,5	+2,4
Fairtrade-Kaffee	>1	2	+2
Mehrwegquote	54,6	51,8*	-2,8
Nachhaltige Geldanlagen	>1	>1*	+
Altpapiereinsatzquote	68	80	12

\*Zahlen 2009