

# IPP Integrierte Produktpolitik

---



Leitfaden:  
Management ökologischer  
Produktentwicklung

---

# Impressum

**Herausgeber:**

Netzwerk COUP 21

**Projektmoderation:**

Dr. Norbert Hiller,  
INTECHNICA GmbH, Nürnberg  
Management- und Umweltberater

Frank Ebinger  
Öko-Institut e.V., Freiburg

**Projektbegleitung:**

Reiner Seidel,  
Regierung von Mittelfranken

**Projektkoordination:**

Georg Janoschka,  
Umweltamt Nürnberg

**Gestaltung:**

Designstudio Ralf Munker, Nürnberg

**Druck:**

Schönberger Satz und Druck  
Gedruckt auf Enviro Top Matt, Recycling

©2001 Netzwerk COUP 21 / Geschäfts-  
stelle Umweltamt der Stadt Nürnberg

**Hinweis:**

Diese Druckschrift steht im Internet als  
Download im pdf-Format zur Verfügung

[www.coup21.de](http://www.coup21.de)

# Inhaltsverzeichnis

	Seite
Grußwort der EU-Kommission Generaldirektion Umwelt . . . . .	3
Grußwort des Bayerischen Staatsministers für Landesentwicklung . . . . . und Umweltfragen	4
Gemeinsames Vorwort Oberbürgermeister der Stadt Nürnberg . . . . . und Präsident der Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken	5
1. IPP im Umweltpakt Bayern . . . . .	6
2. Die beteiligten Unternehmen . . . . .	8
3. Das Netzwerk COUP 21	
3.1 Die Initiative . . . . .	10
3.2 Der s.m.i.l.e. Nachhaltigkeitspakt . . . . .	12
3.3 Nachhaltigkeitskongress 2003 . . . . .	13
4. Die Integrierte Produktpolitik (IPP)	
4.1 Vom Anlagen-Umweltschutz zu einer stärker produkt- . . . . . bezogenen Ökologie	14
4.2 Freiwillige Kooperation Wirtschaft und Staat für . . . . . einen "neuen Ansatz"	15
4.3 Praxiszirkel Nürnberger Unternehmen zu IPP-Zielsetzungen . . . . .	16
5. Entwicklung anwendergerechter Checklisten . . . . .	18
6. Die Checklisten . . . . .	20
7. Erprobung der Checklisten . . . . .	22
8. Akteurskooperationen . . . . .	24
9. Wie geht es weiter? . . . . .	25
10. Ihre Erfahrungen sind uns wichtig . . . . .	28

Einstecktasche:  
Vollständige IPP-Checklisten  
Vordruck „Erfahrungen bei der Anwendung der IPP-Checklisten“

Herausgeber:  
Netzwerk COUP 21  
Geschäftsstelle Umweltamt der Stadt Nürnberg  
Lina-Ammon-Str. 28, 90471 Nürnberg

→ [www.umwelt.nuernberg.de](http://www.umwelt.nuernberg.de)

Gefördert durch die  
Deutsche  
Bundesstiftung  
Umwelt



→ [www.dbu.de](http://www.dbu.de)

# Grußwort



Produkte sind von grundlegender Bedeutung für den Wohlstand unserer Gesellschaft und die Lebensqualität, die wir alle schätzen. Aber auch die Verschmutzung der Umwelt und die Erschöpfung der Ressourcen, die durch unsere Gesellschaft verursacht werden, sind in hohem Maße direkt oder indirekt auf den steigenden Verbrauch von Produkten zurückzuführen.

Die Integrierte Produktpolitik bietet die Gelegenheit, auf der Basis eines Lebenszyklusdenkens dort Aktionen zu setzen, wo sie am kosteneffizientesten sind. Ein Teil der Integrierten Produktpolitik der Europäischen Gemeinschaft ist auch gezielt auf Initiativen zur umweltfreundlicheren Produktgestaltung gerichtet und soll in den kommenden Jahren Anforderungen an die Produzenten stellen, ihren Beitrag zum produktbezogenen Umweltschutz durch eigenen Einsatz zu leisten.

Initiativen wie das Netzwerk COUP 21 und der Umweltpakt Bayern sind bedeutende Pionierarbeiten und bieten den beteiligten Unternehmen schon heute die Chance, sich auf zukünftige Herausforderungen vorzubereiten. Die Rolle der Kommission ist es, die Schaffung eines hohen Umweltschutzniveaus gemeinschaftsweit voranzutreiben.

Spätestens dann wird sich der Einsatz der Betriebe nicht nur im Sinne eines bewussten Beitrages zur Nachhaltigkeit, sondern auch durch verstärkte Marktchancen bezahlt machen.

Brüssel, im Dezember 2001

Dr. Marianne Klingbeil  
Generaldirektion Umwelt /  
Leiterin Referat Nachhaltige  
Ressourcenwirtschaft

→ [www.europa.eu.int/comm](http://www.europa.eu.int/comm)



# Grußwort



Der Freistaat Bayern geht mit dem zwischen Bayerischer Staatsregierung und bayerischer Wirtschaft abgeschlossenen **„Umweltpakt Bayern – Nachhaltiges Wirtschaften im 21. Jahrhundert“** vom 23.10.2000 einen weiteren wichtigen Schritt auf seinem konsequenten Weg hin zum kooperativen Dialog zwischen Ökologie und Ökonomie. Damit sind auch wichtige Weichenstellungen für veränderte Denkweisen in Wirtschaft und Gesellschaft verbunden. Im Mittelpunkt stehen heute vor allem vorsorgende, die Lebensgrundlagen auch künftiger Generationen berücksichtigende Lösungen. Sie gewährleisten zudem eine weitere Verbesserung der Standortattraktivität Bayerns.

Konkret bedeutet dies, dass Unternehmen aus produzierender Wirtschaft und Dienstleistung verstärkt integrierte Lösungen anstreben. Damit **rücken** mehr als bisher **Produkte** und **Produktverantwortung in das Blickfeld** der Wirtschaft.

Mit der konsequenten Unterstützung der Integrierten Produktpolitik (IPP) schafft Bayern die Voraussetzungen für eine neue, nachhaltige Systemsichtweise entlang des gesamten Produktlebensweges von der Entwicklung bis zur Entsorgung. Dieser neue Ansatz erfordert einen intensiven Dialog zwischen Produzenten, Handel und Verbraucher, der möglichst ohne zusätzliche staatliche Regulierung zum Erfolg führen soll.

Die vom Nürnberger Netzwerk COUP 21 mit Unternehmen aus der Region Nürnberg entwickelte Handreichung zur IPP-gerechten Produktgestaltung ist –

aus der Praxis für die Praxis - eine wichtige Hilfestellung für einen aussichtsreichen Einstieg in diese Thematik. Sie ergänzt das im Umweltpakt Bayern erarbeitete Projekt "IPP – Integrierte Produktpolitik – Instrumente aus der Praxis am Beispiel Automobil", dessen Ergebnisse als deutsche und englische Druckversion vorliegen und im Internet unter **→ [www.ipp-bayern.de](http://www.ipp-bayern.de)** abrufbar sind.

Der Leitfaden COUP 21 ist auch ein Beweis für eine erfolgreiche Kooperation lokaler Umweltbehörden und der Wirtschaft vor Ort und unterstützt somit unsere gesamt-bayerische Zielsetzung in hervorragender Weise. Ich bin sicher, dass diese Handreichung eine große Verbreitung findet und IPP voran zu bringen hilft.

München, im Dezember 2001



Dr. Werner Schnappauf  
Bayerischer Staatsminister für  
Landesentwicklung und Umweltfragen

## Gemeinsames Vorwort



Nachhaltiges Wirtschaften wird zunehmend zu einem Standortfaktor im Wettbewerb der Regionen. Auch der Wirtschaftsstandort Nürnberg muss sich angesichts des regionalen und globalen Strukturwandels dieser Herausforderung stellen.

Die Wirtschaft von Stadt und Region Nürnberg hat heute bereits durch die Entwicklung zahlreicher nachhaltiger, umweltgerechter Produkte eine Vorreiterrolle eingenommen. Die Region Nürnberg ist mit rund 120 registrierten Unternehmen europaweit führend bei Umwelt-Management-Systemen nach EG-Öko-Audit-Verordnung.



IHK und Stadt Nürnberg engagieren sich bereits seit 1995 im Rahmen der Lokalen Agenda 21, um gemeinsam mit Nürnberger Unternehmen Konzepte für umweltgerechtes, zukunftsfähiges Wirtschaften zu entwickeln. Bereits bestehende Initiativen wie der Runde Tisch „Umwelt + Wirtschaft“, der von der IHK moderiert wird, belegen dies.

→ [www.ihk-nuernberg.de](http://www.ihk-nuernberg.de)

Mit der Gründung des „Netzwerkes COUP 21“ haben sich Unternehmen aus Produktion und Handel für die Zielsetzungen des Nachhaltigen Wirtschaftens verpflichtet. Mit dem am 7. Mai 2001 abgeschlossenen Nachhaltigkeitspakt „s.m.i.l.e. for business excellence“ wollen Nürnberger Unternehmen und die Stadt Nürnberg den Einstieg in die Integrierte Produktpolitik (IPP) beginnen.

In diesem Sinne ist der Leitfaden „Management ökologischer Produktentwicklung“ eine geeignete, praxisnahe Hilfestellung, die Unternehmen bei der Umsetzung der Integrierten Produktpolitik unterstützen kann.

Nürnberg, im Dezember 2001



Ludwig Scholz  
Oberbürgermeister der Stadt  
Nürnberg



Hans-Peter Schmidt  
Präsident der Industrie- und  
Handelskammer Nürnberg  
für Mittelfranken

# Kapitel 1:

## IPP im Umweltpakt Bayern



Im **Oktober 2000** wurde zwischen Bayerischer Staatsregierung und bayerischer Wirtschaft der **Umweltpakt Bayern – Nachhaltiges Wirtschaften im 21. Jahrhundert** geschlossen. Damit wird die erfolgreiche Zusammenarbeit für besseren Umweltschutz fortgesetzt.

→ [www.umweltpakt.bayern.de](http://www.umweltpakt.bayern.de)

Mit dem Thema "Integrierte Produktpolitik" wird ein neues Kapitel innerhalb dieses bewährten Modells für kooperativen und dialogorientierten Umweltschutz aufgeschlagen.

Während durch Maßnahmen des nachsorgenden Umweltschutzes insbesondere in den Phasen der Produktion und Entsorgung von Produkten eine wesentliche Verminderung der abträglichen Umweltauswirkungen (jedoch bei zunehmend abnehmendem Kosten-Nutzen-Verhältnis der Maßnahmen) erreicht werden konnte, entwickeln sich die unmittelbar mit der Nutzung von Produkten zusammenhängenden und von diesen selbst ausgehenden Umweltauswirkungen sowohl quantitativ als auch qualitativ überproportional. Effizienzsteigerungen bei einzelnen Prozessen oder Produkten durch technischen Fortschritt werden immer häufiger durch höhere

Stückzahlen, intensivere Nutzung oder kürzere Gebrauchsphasen überkompensiert. Dazu kommt, dass sich die bisher eingesetzten Instrumente des nachsorgenden Umweltschutzes für die durch Produkte hervorgerufenen diffusen Umweltauswirkungen meist als wenig tauglich erweisen.

Integrierte Produktpolitik ist aus staatlicher Sicht ein Lösungsansatz, um die Komplexität und Dynamik der aktuellen Entwicklung bei den Umweltauswirkungen zu verarbeiten, an den Ursachen hierfür anzusetzen und effektive Umweltentlastungseffekte zu erzielen.

**Durch IPP** sollen und können **Produkte** und zugehörige **Dienstleistungen** (also gesamte Produktsysteme) hinsichtlich ihrer **Wirkungen auf Mensch und Umwelt** entlang des gesamten **Produktlebenswegs kontinuierlich verbessert** werden. Die Intelligenz und das grundlegend neue Element der IPP liegen in der konsequenten Ausrichtung des Denkens und Handelns an den Umweltauswirkungen eines Produktes in Summe (Systemsichtweise) und Produktverantwortung jedes einzelnen Akteurs entlang des Produktlebensweges.

Vor diesem Hintergrund sind sich die Partner im Umweltpakt Bayern einig: Schon am Anfang eines Produktlebens, also bei Konzeption und Gestaltung, ist es sinnvoll und notwendig, den Blick auf alle weiteren Lebensphasen bis hin zur Entsorgung zu richten.

In der Praxis geschieht dies durch die Anwendung der grundlegenden Handlungsprinzipien von IPP: **Kommunikation**, **Kooperation** und **Integration**, die den Nährboden für Produktsystem-Innovationen bilden, welche auf gesamtwirtschaftlicher Ebene zu den erwünschten umweltentlastenden Effekten führen. Die gemeinsame Sprache und der ständige **Informationsaustausch** (Kommunikation) in **Netzwerken** von Akteuren (Kooperation), deren Teilnehmer über den eigenen **Tellerrand** hinausschauen und frühzeitig Wirkungszusammenhänge auf vor- und nachgelagerten Stufen erkennen und in ihrem eigenen Handeln berücksichtigen, schaffen adäquate Kapazitäten und Freiräume, um die Komplexität und Dynamik dieser Aufgabenstellung zu bewältigen. Das **Denken in Systemen und Zusammenhängen** wird zur Richtschnur des Handelns (Integration). Probleme werden nicht weiter zwischen (Umwelt-) Bereichen, Disziplinen, Regionen, Partnern oder Generationen verlagert – Zielsetzungen sind dauerhaft tragfähige System-Lösungen. Konkret werden beispielsweise in der Phase der Produktentwicklung und -gestaltung über Stoff- und Materialwahl, eingebauete Funktionsvielfalt, Einsatz bestimmter konstruktiver Techniken usw. die Weichen und Anforderungen auf den nachgelagerten Stufen der Fertigung, des ordnungsgemäßen Gebrauchs, einer möglichst geregelten Entsorgung etc. gestellt. Durch intelligente, vorausschauende Lösungen in dieser Phase des Produktlebensweges kann somit verhältnismäßig einfach, aber überaus



effektiv und dazu meist auch kostenneutral unnötiger Aufwand auf nachgelagerten Stufen vermieden werden, so dass **Mensch und Umwelt** bei **gleichem** oder sogar **verbessertem Nutzen** der Produkte **weniger beeinträchtigt** werden.

Integrierte Produktpolitik ist damit ein bedeutendes Feld zur Konkretisierung der nachhaltigen Entwicklung. Das kooperative Modell des Umweltpakts Bayern, in dem starke Partner **Hand in Hand an gemeinsamen Lösungen** für einen besseren Umweltschutz arbeiten, ist dazu eine ideale Ausgangsbasis. So ist als Umsetzung einer entsprechenden Vereinbarung im Umweltpakt Bayern – zusammen mit der IHK für München und Oberbayern sowie bedeutenden bayerischen Unternehmen mit Schwerpunkt Automobilwirtschaft – der **Leitfaden "Integrierte Produktpolitik – Instrumente aus der Praxis am Beispiel Automobil"** entstanden. Dieser ist in deutscher und englischer Fassung sowohl in gedruckter als auch in elektronischer Form verfügbar. → [www.ipp.bayern.de](http://www.ipp.bayern.de)

Auch der vorliegende Leitfaden "Management ökologischer Produktentwicklung" ist unter dem Dach des Umweltpakts Bayern aus der lokalen Nürnberger Initiative "COUP 21 – Co-Operation Umweltamt – Pionierunternehmen im 21. Jahrhundert" hervorgegangen. In zahlreichen weiteren gemeinsamen Forschungsvorhaben mit Partnern aus der Wirtschaft und wissenschaftlichen sowie gesellschaftlichen Institutionen för-

dert das bayerische Staatsministerium für Landesentwicklung und Umweltfragen (StMLU) die Untersuchung von Strategien, Instrumenten und Anwendungsbeispielen für die konkrete Umsetzung IPP-gerechten Handelns in der Wirtschaft, im Handel und beim Verbraucher.

→ [www.umweltministerium.bayern.de](http://www.umweltministerium.bayern.de)

Die Pilotvorhaben sind Bestandteil der bereits im Jahre 1999 aufgenommenen Aktivitäten zum Themenfeld IPP und eine gute Grundlage, um die auch auf EU-Ebene eröffnete breite Diskussion zu IPP zu beeinflussen. Das StMLU hat darüber hinaus eine Infokampagne zur IPP für Wirtschaft und Verbraucher unter dem Dach des Umweltpakts Bayern angestoßen. Gemeinsam mit der Wirtschaft ist unter → [www.ipp-bayern.de](http://www.ipp-bayern.de) ein Internetauftritt eingerichtet, um die weitere Verbreitung der IPP-Idee zu fördern.

Der Umweltpakt Bayern ist hierfür die solide und verlässliche Grundlage, der im Dialog zukunftsweisende Lösungen auch auf dem Gebiet der Integrierten Produktpolitik ermöglicht.

## Kapitel 2

### Die beteiligten Unternehmen



#### Faber – Castell AG

##### Geschäftsbereich Schreibgeräte

Nürnberger Str. 2, 90547 Stein

Hochwertige Produkte zum

- Schreiben
- Zeichnen
- Malen
- kreativen Gestalten

Deutschland: ca. 906 Mitarbeiter

Weltweit: ca. 5.500 Mitarbeiter

Ansprechpartner:

Hermann Belch

Tel. 0911 99 65 560

Fax 0911 99 65 627

eMail:

quality-management@faber-castell.de

internet: → [www.faber-castell.de](http://www.faber-castell.de)

#### CSC JÄKLECHEMIE GmbH & Co.

##### Geschäftsbereich Handel mit Chemikalien

Matthiasstr. 10 – 12, 90431 Nürnberg

- Handel mit Chemikalien,
- Beratung von Kunden im Anwendungsbereich d. Chemikalien
- Lagerung von Chemikalien

ca. 135 Mitarbeiter, Zulieferbranche

Ansprechpartner:

Peter Lingl

Tel. 0911 326 46 32

Fax 0911 326 46 60

eMail: [chemikalien@csc-jaekle.de](mailto:chemikalien@csc-jaekle.de)

internet: → [www.csc-jaekle.de](http://www.csc-jaekle.de)

#### Hetzel Elektronik-Recycling GmbH & Co.

Geschäftsbereich E-Recycling

Maybachstr. 18, 90441 Nürnberg

- Recycling elektrischer und elektronischer Altgeräte
- Aufbereitung von Bildröhren, Leuchtstoffröhren, CD-ROM's
- Verwertung von Leiterplatten, Kunststoffen, Kabeln und Metallen
- Verkauf gebrauchter Anlagen, Geräte und Bauelemente
- Abbau von Anlagen
- Beratung in Recyclingfragen (insb. in den Branchen recyclinggerechte Produktgestaltung und Elektronikrecycling)

Mitarbeiter: Standort Nürnberg ca. 60  
Ansprechpartner:  
Markus Schlögl  
Tel. 0911 424 77 15  
Fax 0911 41 83 75  
eMail: [hetzel-recycling@t-online.de](mailto:hetzel-recycling@t-online.de)  
internet: → [www.her-online.de](http://www.her-online.de)



### **Lucent Technologies Network Systems GmbH**

Geschäftsbereiche Mobilfunksysteme,  
Übertragungssysteme, Vermittlungs- u.  
Teilnehmernahe Systeme,  
Serviceleistungen  
Thurn-und-Taxis-Str. 16 – 20  
90411 Nürnberg

- Mikroelektronikkomponenten, Hardware, Server, Networks
- Kommunikationssysteme (Daten, Sprache, Bild)
- Systeme für Netzbetreiber u. Geschäftskunden
- Software, Finanzdienstleistungen

Mitarbeiter: am Standort Nürnberg ca. 2.400

Ansprechpartner:  
Siegfried Träger, Beuthener Str. 57,  
90471 N.  
Tel. 0911 526 19 16  
Fax 0911 526 19 17  
eMail: [traeger@lucent.com](mailto:traeger@lucent.com)  
internet: → [www.lucent.com](http://www.lucent.com)



### **Conti Temic microelectronic GmbH**

Entwickler und Produzent hochwertiger Automobilelektronik  
Sieboldstr. 19, 90411 Nürnberg  
Produkte der Automobilelektronik für

- Antrieb und Fahrwerk
- Insassenschutz
- Sensorsysteme
- Komfort
- Automotive Electric Motors
- Automotive Distance Control Systems (A.D.C.)

Conti Temic microelectronic ist Teil des Continental-Konzerns mit weltweit 64.000 Mitarbeitern.

Mitarbeiter am Standort Nürnberg: ca. 850

Ansprechpartner:  
Wolfram Stoll  
Tel. 0911 95 26 26 30  
Fax 0911 95 26 24 79  
eMail: [wolfram.stoll@temic.com](mailto:wolfram.stoll@temic.com)  
internet: → [www.temic.com](http://www.temic.com)



### **QUELLE AG**

#### **Geschäftsbereich Handel**

Wittekindstr. 26, 90431 Nürnberg

Konsumgüter aus den Bereichen

- Technik, Hartwaren, Möbel
- Textil, Sport, Freizeit,
- Heimwerker und Gartenbedarf, Spielwaren

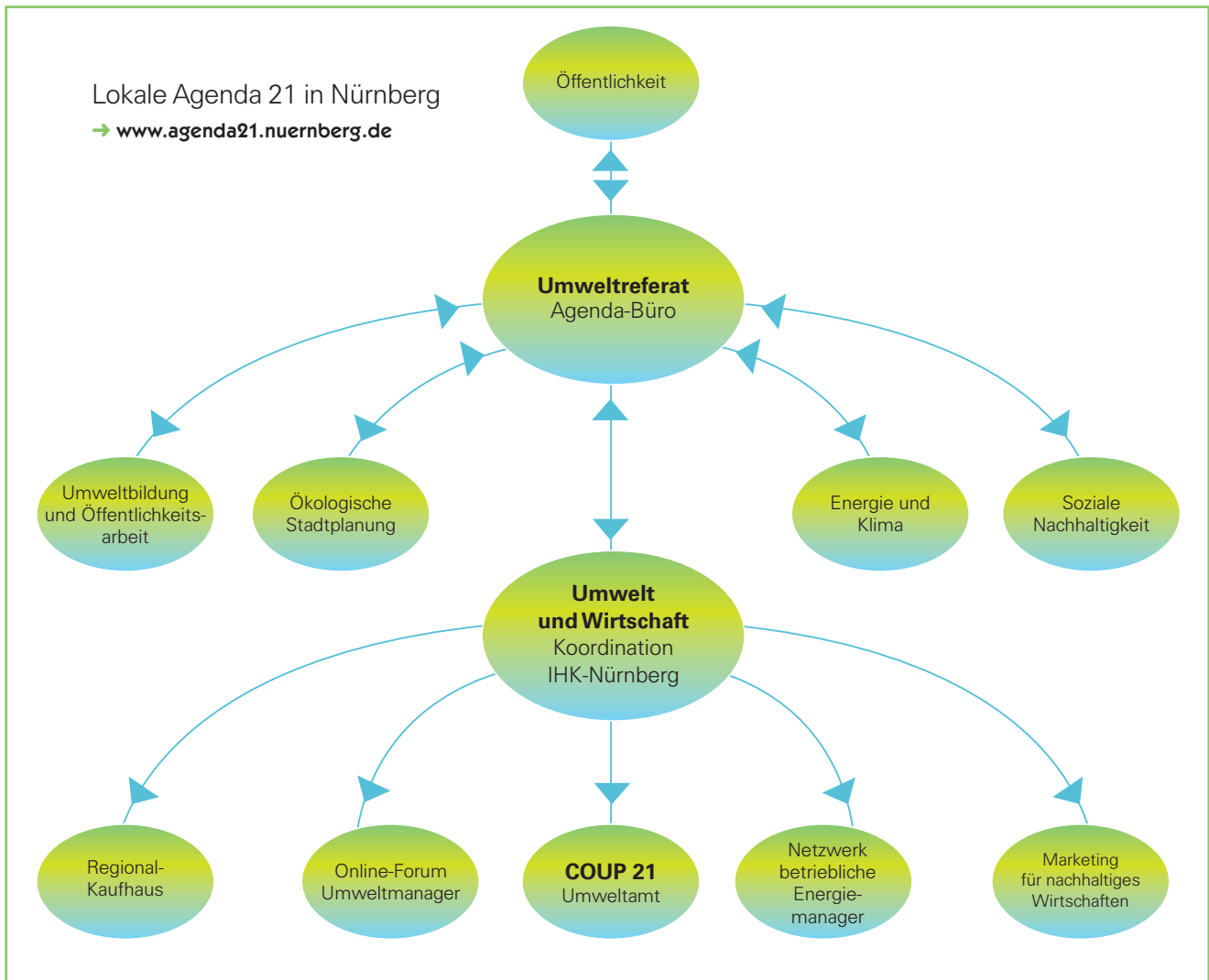
Kundendienst für Technikprodukte  
Logistikdienstleistungen

Mitarbeiter: ca. 15.260

ca. 4.000 Lieferanten  
(Stand: 2000)

Ansprechpartner:  
Stefan Küst  
Tel. 0911 14 27 896  
Fax 0911 14 27 009  
eMail: [stefan.kuest@quelle.de](mailto:stefan.kuest@quelle.de)  
internet: → [www.quelle.de](http://www.quelle.de)  
internet: → [www.quelle.com](http://www.quelle.com)

# Kapitel 3 Das Netzwerk COUP 21 – Zielsetzungen für ein neues Denken



## Kapitel 3.1 Die Initiative

Am 7. Dezember 1999 initiierte das Umweltamt der Stadt Nürnberg das Netzwerk COUP 21 – **C**ooperation des **U**mweltamtes mit **P**ionierunternehmen für das **21.** Jahrhundert. Unter dem Motto „Nachhaltiges Nürnberg – Unternehmer gestalten die Zukunft“ engagieren sich etwa 30 Unternehmen gemeinsam mit beratenden Organisationen sowie der Industrie- und Handelskammer Nürn-

berg für Mittelfranken für die Zukunftsfähigkeit des Wirtschaftsstandortes Nürnberg. Über das Akteursnetz zwischen Unternehmen, Behörden, Verbänden, Hochschulen, Instituten und anderen Interessengruppen sollen ökologische, soziale und kulturelle Themen mit den ökonomischen Zielen zu einem neuen Unternehmensverständnis vernetzt werden. → [www.coup21.de](http://www.coup21.de)

Der integrative und ganzheitliche Ansatz des Netzwerkes COUP 21 versucht die

Komplexität der aktuellen gesellschaftlichen Probleme abzubilden und Impulse für eine Zukunftsorientierung aus globaler und lokaler Verantwortung für die Interessen künftiger Generationen zu geben. Die Entscheidung für Nachhaltigkeit ist nicht allein Sache des Umweltbeauftragten, sondern fordert die gesamte Führungsebene eines Unternehmens. Nachhaltigkeit ist mehr als Umweltmanagement: Es muss sich in allen Managementbereichen wiederfinden.

### Nutzen des Netzwerkes für die Unternehmen

Das Netzwerk ist Plattform zum Erfahrungsaustausch und zum gemeinsamen Lernen in einer win-win Struktur

Im Netzwerk werden die Unternehmensmitglieder fit für die Neue Ökonomie des 21. Jahrhunderts

Das Engagement im Netzwerk steigert die Erfolgchancen der Unternehmen und stärkt den Wirtschaftsstandort Nürnberg

### Vorteile des Netzwerkes für eine neue Ökologie

Der sparsame Einsatz von Rohstoffen und der Klimaschutz werden ein fester Bestandteil unternehmerischen Handelns

Die Unternehmen engagieren sich für einen schonenden und intelligenten Umgang mit der Ressource Fläche und Natur

Mit der Integrierten Produktpolitik (IPP) entsteht eine Umweltschutzstrategie für eine ganzheitliche Produktverantwortung

### COUP 21 unterstützt auf lokaler Ebene den Umweltpakt Bayern

Mit dem zwischen Bayerischer Staatsregierung und bayerischer Wirtschaft am 23. Oktober 2000 geschlossenen Umweltpakt Bayern – Nachhaltiges Wirtschaften im 21. Jahrhundert für die Jahre 2001 – 2005 wurden wichtige Akzente für eine dauerhaft erfolgreiche Entwicklung zu nachhaltigen Wirtschaftsweisen in Bayern gesetzt.

COUP 21 versteht sich als eine weitreichende lokale Initiative, die durch verstärkte Kooperation und Kommunikation praxiserprobte Konzepte „mit Unternehmen für Unternehmen“ entwickelt. Damit soll gleichzeitig ein **Beitrag** für einen **zukunftsfähigen Wirtschaftsstandort Nürnberg** geleistet werden.

### Die Arbeitsgruppen des Netzwerkes COUP 21

Im Netzwerk engagieren sich folgende vier Arbeitsgruppen:

**AG 1 Rationeller Energieeinsatz** – CO<sub>2</sub> Minderung für den Klimaschutz

**AG 2 Produktbezogener Umweltschutz** – Integrierte Produktpolitik (IPP)

### AG 3 Soziale und Interkulturelle Kompetenz

- WissensManagement am Bildungsstandort Nürnberg
- Frauenförderung – Familie und Arbeitswelt

### AG 4 Förderung eines Integrierten Nachhaltigkeitsmanagement – Nachhaltigkeits-EFQM.

→ [www.deutsche-efqm.de](http://www.deutsche-efqm.de)

Der Einstieg zum „Neuen Wirtschaften“ erfordert kreative Beurteilungs- und Zielkriterien für zukunftsfähige Modelle zur schrittweisen Einführung der Nachhaltigkeit im Unternehmen. Die Betrachtung des Produkts, der Dialog mit dem Konsumenten und die logistischen Probleme sind genauso wichtig wie die Chancen für Nachhaltigkeit im Dienstleistungsbereich.

### COUP 21 entwickelt Modellprojekte für mehr nachhaltigen Konsum

Im Spannungsfeld „**Gesellschaft – Wirtschaft – Ökologie**“ sind intelligente Konzepte für nachhaltige Wirtschafts- und Konsumformen notwendig, die einerseits dem wachsenden Ressourcenverbrauch und der Klimabelastung begegnen, andererseits jedoch die individuellen Lebensbedürfnisse und Gestaltungsmöglichkeiten des Menschen weitestgehend unangetastet lassen können. Zugleich müssen damit Chancen für eine Übertragbarkeit auch auf andere Regionen eröffnet werden.

Dies ist lokal am Beispiel der Integrierten Produktpolitik durch die öffentliche Kom-

munikation bereits erzielter ökologischer Produktverbesserungen in Nürnberger Unternehmen und die Erläuterung der mit IPP verbundenen Ziele zwar erstmals geschehen (siehe auch Presseartikel in Kapitel 4, Seite 17).

Doch müssen in diesen Prozess neben den Unternehmen (Produzenten und Handel) viel stärker als bisher vor allem die Verbraucher einbezogen werden, um in kleinen Schritten ein verändertes, noch stärker an ökologischen Kriterien ausgerichtetes nachhaltiges Konsum- und Nutzerverhalten zu erzielen.

#### **COUP 21 als lokales Modellnetzwerk im Sinne der IPP – Strategie der EU**

Die EU-Kommission ist ein wichtiger Motor politischer Impulse für nachhaltige Wirtschaftsweisen in Europa bzw. in den einzelnen Mitgliedsstaaten geworden.

So werden aktuell das 6. Umweltaktionsprogramm der EU → [www.europa.eu.int/comm/environment/newprg/index.htm](http://www.europa.eu.int/comm/environment/newprg/index.htm) und das Grünbuch IPP → [www.europa.eu.int/comm/environment/ipp](http://www.europa.eu.int/comm/environment/ipp) zur Integrierten Produktpolitik diskutiert.

Für das **Frühjahr 2002** ist ein **Weissbuch** zur IPP angekündigt.

COUP 21 wurde im Grünbuch IPP als gutes Beispiel für eine Kooperation zwischen verschiedenen Anspruchsgruppen erwähnt. Die EU sieht **lokale Initiativen** „als wichtigen Baustein einer gemeinschaftlichen Politik an, da sie „einen praxisorientierten partizipativen Ansatz ermöglichen.“

Auf Einladung der EU-Kommission Generaldirektion Umwelt hatten Unternehmensvertreter von COUP 21 im April 2000 in Brüssel Gelegenheit, ihre Zielsetzungen und Erwartungen vorzustellen.



### **Kapitel 3.2** **Der s.m.i.l.e. - Nachhaltigkeitspakt**

Der Oberbürgermeister der Stadt Nürnberg Ludwig Scholz hat sich im Frühjahr 2001 entschlossen, für die Zielsetzungen des Netzwerkes COUP 21 ein deutliches Signal zu setzen. Um die bisher erfolgreich geleistete Arbeit weiter voranzubringen, wurde ein Nachhaltigkeitspakt **s.m.i.l.e. for business excellence** mit Vertretern, Vorstandsvorsitzenden und Geschäftsführern von Unternehmen der Region Nürnberg geschlossen.

Dieser Pakt ist am 7. Mai 2001 im Nürnberger Rathaus von rund 40 Vertretern aus Unternehmen, der IHK Nürnberg für Mittelfranken, dem DGB Kreisverband Nürnberg, den Kirchen, der Friedrich-Alexander Universität Erlangen-Nürnberg und der Georg-Simon-Ohm Fachhochschule Nürnberg unterzeichnet worden.

Die unterzeichnenden Unternehmen des Nachhaltigkeitspaktes wie auch die Stadt Nürnberg haben sich zu konkreten Projekten im Sinne von best-practice-Beispielen verpflichtet.

Weitere Informationen zum s.m.i.l.e.-Nachhaltigkeitspakt finden Sie unter → [www.smile-management.de](http://www.smile-management.de).

*Besuch von COUP 21 Vertretern im April 2000 bei der Generaldirektion Umwelt der EU mit Dr. Marianne Klingbeil (2. von rechts), Leiterin des Referats Nachhaltige Ressourcenwirtschaft.*





Unterzeichnung des Nachhaltigkeitspaktes s.m.i.l.e. for business excellence am 7.5.2001 im Nürnberger Rathaus; von links nach rechts: Umweltreferent Michael Webersinn, OBM Ludwig Scholz, IHK Nürnberg Präsident Hans-Peter Schmidt, Vorsitzender DGB Industrieregion Mittelfranken Harald Weiniger, Wirtschaftsreferent Dr. Roland Fleck

**s.m.i.l.e.** for Business Excellence

#### Mitglieder des Nachhaltigkeitspaktes

- 3wBox GmbH
- Bayern Innovativ GmbH
- Conti Temic microelectronic GmbH
- CSC JÄKLECHEMIE GmbH & Co. KG.
- Curiavant Internet GmbH
- DaimlerChrysler AG NL Nürnberg
- DATEV eG
- Deutsche Telekom AG Technik-NL
- DGB Industrieregion Mittelfranken
- Die Möbelmacher GmbH
- Die Region Nürnberg e.V.
- E-Plus Mobilfunk GmbH Gs. Süd
- Ericsson Eurolab Deutschland GmbH
- Evang.-luth. Kirche in Nürnberg
- FABER-CASTELL AG
- Federal-Mogul Nürnberg GmbH

- Friedrich-Alexander Universität Erlangen-Nürnberg
- Georg-Simon-Ohm-Fachhochschule Nürnberg
- GEYER AG
- GfE-Gesellschaft für Elektrometallurgie mbH
- GfK AG
- Grundig AG
- Hetzel Elektronik-Recycling GmbH & Co.KG
- HONSEL Guss GmbH Werk Nürnberg
- IAB Institut für Arbeitsmarkt und Berufsforschung
- IHK Nürnberg für Mittelfranken
- INTECHNICA GmbH Management- und Umweltberater
- Katholische Stadtkirche
- Leistritz AG
- LGA Bayern
- Lucent Technologies Network Systems GmbH
- maul + co. – Chr. Belser GmbH
- NEFkom Telekommunikations GmbH & Co. KG
- Neumarkter Lambräu Gebr. Ehrnsperger e.K.
- Novartis Pharma GmbH
- Nürnberger Initiative Kommunikationswirtschaft (NIK e.V.)
- OBI Baumarkt Franken GmbH & Co. KG, Nürnberg
- QUELLE AG
- Sebaldus Druck und Verlag GmbH

- Siemens AG Nürnberg
- STAUB & CO. Chemiehandelsgesellschaft mbH
- Verkehrsinitiative Neuer Adler e.V.
- VERLAG NÜRNBERGER PRESSE Druckhaus Nürnberg
- VIAG INTERKOM GmbH & Co

### Kapitel 3.3

#### Nachhaltigkeitskongress „Zukunftsfähiges Nürnberg“ am 11. März 2003

Auf dem Nachhaltigkeitskongress „Zukunftsfähiges Nürnberg“ am 11. März 2003 sollen die Ergebnisse der Projekte aus den Selbstverpflichtungen vorgestellt werden. Schwerpunktthemen des Kongresses werden sein

- Klimaschutz
- Integrierte Produktpolitik
- Nürnberg als lernende Region
- Interkulturelle Projekte zur Integration ausländischer ArbeitnehmerInnen und MitbürgerInnen und Frauenförderung im Zusammenhang mit dem Bündnis für Familie.
- Nachhaltigkeit im Unternehmen (Modellansatz zur Selbstbewertung gemäß EFQM)

#### Förderung durch die Deutsche Bundesstiftung Umwelt



Das Netzwerk wird für die Jahre 2001 und 2002 durch die Deutsche Bundesstiftung Umwelt Osnabrück gefördert. → [www.dbu.de](http://www.dbu.de)

Das Deutsche Institut für Urbanistik DIfU Berlin erstellt begleitend zum Förderzeitraum eine Netzwerkakteursanalyse. → [www.difu.de](http://www.difu.de)

# Kapitel 4

## Einführung in die Integrierte Produktpolitik (IPP)

### Produkte im Focus - weniger Ressourcenverbrauch und mehr Energieeffizienz

Alle Produkte stehen mittelbar und unmittelbar im Zusammenhang mit Ressourcenverbrauch und Klimaschutz. Von ihnen gehen in allen Phasen ihres „Lebensweges“ - von der Rohstoffgewinnung bis zur Beseitigung - mehr oder weniger große Einflüsse auf die Umwelt aus.

In den vergangenen 35 Jahren wurde beim Rohstoff- und Energieeinsatz zwar effizienter gewirtschaftet. Zugleich aber sind die absoluten jährlichen Umweltbelastungen weiter angestiegen.

Der Energieverbrauch hat sich verdoppelt, der Rohstoffverbrauch verdreifacht.

Mit einer Integrierten Produktpolitik, die

- auf alle Produkte und Dienstleistungen
- hinsichtlich ihrer umweltrelevanten Wirkungen
- zu sämtlichen Umweltmedien (integriert)
- entlang des gesamten Produktlebenszyklus eines Produktes

abzielt, soll ein **neuer Ansatz** zur Verringerung des Ressourcenverbrauches bzw. zu Energieeinsparungen versucht werden.

Unternehmens-  
strategie  
Produktportfolio

Marktforschung  
Marketing

Beseitigung

heute

### Der ökologische Rucksack vieler Produkte muss kleiner werden

Wenn bis zum Konsum eines gewöhnlichen Bechers **Erdbeerjoghurt** dessen Bestandteile insgesamt **8000 km** zurückgelegt haben, wenn ein ganz normaler **Turnschuh**, bis er verkauft wurde, schon **40.000 km** hinter sich hat, dann stecken in der Produktionskette noch ganz enorme Potentiale – dies brachte ein öffentliches IPP- Hearing im Europäischen Parlament im Oktober 2001 in Brüssel zutage.

Minimierung des Ressourcenverbrauches und eine stärkere Energieeffizienz als Beitrag zum Klimaschutz sind nicht erst seit Beginn des Agenda 21 Prozesses zu zentralen Themen weltweiter, nationaler und regionaler Bemühungen geworden (Weltklimakonferenz COP 6, UNEP Aktivitäten → [www.unep.org](http://www.unep.org), EU-6. Umweltaktionsprogramm, Nachhaltigkeitsrat Deutschland → [www.nachhaltigkeitsrat.de/](http://www.nachhaltigkeitsrat.de/), Umweltpakt Bayern ).

### Kapitel 4.1

#### Vom Anlagen-Umweltschutz zu einer stärker produktbezogenen Ökologie

Konventioneller, nachsorgender Umweltschutz der vergangenen 3 Jahrzehnte hat die Qualität unserer Umwelt insgesamt deutlich verbessern können, ist jedoch vorwiegend produktionsstättenorientiert gewesen. Er hatte zudem in der Regel einen medialen Bezug. Dieser Ansatz hat seinen „Grenznutzen“ erreicht, da der Zuwachs an Umweltverbesserungen - gemessen an den Investitionen - relativ klein geworden ist. Mit dem Gedanken eines betrieblichen integrierten Umweltmanagements, das sich in hohem Maße am vorsorgenden (ressourcenschonenden) Umweltschutz ausrichtet, gelangten erstmals auch Produkte und Produktverantwortung in den Blickpunkt der Aktivitäten nachhaltiger d.h. stärker an den Belangen künftiger Generationen ausgerichteter Wirtschaftsweisen. Ein Beispiel hierfür ist die letzte Novellierung der **Öko - Audit - Verordnung (EMASII → [www.emas-logo.de](http://www.emas-logo.de))**, die in ihren Geltungsbereich Produkte und deren Umweltauswirkungen nun ausdrücklich mit einbezieht.





Bereits **1987** hat der Zukunftsbericht „**Our Common Future**“ – der nach der früheren Norwegischen Ministerpräsidentin auch als **Brundtland-Bericht** bezeichnet wird – deutlich gemacht, dass ein Umdenken und Umsteuern in der Ressourceneffizienz dringend erforderlich ist. Nur so kann der **Grundsatz der Nachhaltigkeit**, auch künftigen Generationen noch ähnlich gute Lebensgrundlagen zu sichern, erreicht werden.

Es muss deshalb die verstärkte Entwicklung ressourcenschonender Produkte weiter vorangebracht werden. Hierfür ist eine sich auf den gesamten Lebensweg eines Produktes erstreckende (integrierte) Betrachtung notwendig, wie obige Grafik verdeutlicht.

#### Kapitel 4.2 Freiwillige Kooperation Wirtschaft und Staat für einen „neuen Ansatz“

Unternehmen erzielen mit IPP wirtschaftliche Vorteile  
Mit dem Konzept der Integrierten Produktpolitik wird vorrangig das Ziel verfolgt, die Umweltauswirkungen von Produkten während ihres gesamten Lebenszyklus, beginnend bei Entwicklung/ Design über Produktion, Verteilung/ Logistik, Nutzungsphase bis hin zur Prüfung von Wiederverwendung/ Recycling, zu verringern.

Damit ist zugleich die Chance gegeben, wirtschaftliche Kostenvorteile (z. B. durch Einsparung von Energie- oder Transportkosten) zu erzielen. Rund **80 % der Umweltbelastungen** und **70 % der Kosten**

eines Produktes werden in der Entwicklung festgelegt. Damit kommt unter ökologischen Aspekten im gesamten Produktentwicklungsprozess gerade dem Produktdesign eine Schlüsselrolle zu.

Am Beispiel eines bayerischen Automobilherstellers hat sich gezeigt, dass nach Einführung eines internen Umweltmanagementsystems nach EMAS die sog. „Energiefresser“ in der Produktionskette identifiziert und beseitigt werden konnten.

#### Dialog zwischen Produzenten, Handel und Verbraucher als Grundstein für erfolgreiche IPP

Die Herausforderung, Produkte umweltfreundlicher zu gestalten, muss von Unternehmen (Produzenten und Handel) und Verbraucher gleichermaßen angenommen werden. Unternehmen müssen deshalb mit dem Konsumenten verstärkt in einen offenen, transparenten Dialog über die Umwelteigenschaften ihrer Produkte eintreten.

Hier gilt es mehr denn je die „Bereitschaft“ des Konsumenten zu gewinnen, **nicht** das **billigste**, sondern das **beste** Produkt **im Verhältnis zu Qualität und Preis** zu erwerben. Akzeptiert der Verbraucher diese Leistung, kann die Verbesserung der Umweltfreundlichkeit eines Produktes zusätzlich mit dem Ima-



gewinn der Marke und einem ökonomischen Erfolg für das Unternehmen honoriert werden.

Diesen Prozessdialog zwischen allen Akteuren zu entwickeln und zu fördern, ist eine weitere wichtige Aufgabe einer integrierten Produktpolitik

### **Glaubwürdige IPP muss soziale Belange einbeziehen**

IPP muss sich entlang der beteiligten Akteurskette wie beispielsweise Vorlieferanten, Vorproduzenten, Entsorgern usw. fortsetzen. Eine glaubwürdige ökologische Produktverantwortung im Sinne IPP bezieht die Kenntnisse der **(Sozial-) Standards seiner „Lieferanten“ bzw. „Entsorger“** mit ein, die sich sehr häufig in noch weniger entwickelten Industrienationen oder sog. Dritte-Welt-Ländern befinden.

IPP bedeutet auch, dass sich **Gesundheits- und Lohnstandards** neben **Gleichberechtigung der Geschlechter und Qualifizierung** – um nur einige wesent-

liche Beispiele herauszugreifen – kontinuierlich an die Standards entwickelter Industrieländer annähern. Diese Bereitschaft muss ebenso Teil der Gesamtstrategie eines Unternehmens werden.

### **EU entwickelt Grünbuch zur Integrierten Produktpolitik**

Die EU-Kommission hat im Februar 2001 mit dem Grünbuch zur Integrierten Produktpolitik eine gesamteuropäische Diskussion über Art, Inhalt, Möglichkeiten und Grenzen der IPP mit dem Ziel eröffnet, die Entwicklung umweltfreundlicher Produkte weiter voranzubringen. Dieser Prozess dauert an.

Im Rahmen eines öffentlichen Hearings am 18.10.2001 im Europäischen Parlament in Brüssel haben Experten aus den verschiedenen EU-Mitgliedsstaaten den jeweiligen Stand ihrer nationalen IPP-Anstrengungen vorgestellt und weitere Möglichkeiten von IPP diskutiert. Es wurde erneut deutlich, dass mit IPP auch wirtschaftliche Vorteile verbunden sind, wenn intelligente Strategien zu einer stärkeren Marktdurchdringung geführt haben. → [www.garciaorcoyen.com](http://www.garciaorcoyen.com)

Eine besondere Rolle bei der Verwirklichung von IPP-Ansätzen sieht die EU-Kommission in regionalen/lokalen Initiativen. Durch partnerschaftliches Aufeinanderzugehen („win-win-Situation“) zwischen Wirtschaft und Staat/ Kommune können erfolgreiche praktische Lösungsansätze erreicht werden.

### **Bayern erklärt IPP im „Umweltpakt Bayern – Nachhaltiges Wirtschaften im 21. Jahrhundert“ zu einem Schwerpunkt**

Bayern hat diesen Ansatz frühzeitig erkannt und IPP bereits sehr konkret in dem zwischen Bayerischer Staatsregierung und bayerischer Wirtschaft abgeschlossenen aktuellen Umweltpakt Bayern für die Jahre 2001 – 2005 zu einem **zentralen Handlungsfeld** erklärt. Mit Symposien, Forschungsprojekten sowie der Durchführung praxisnaher Kooperationsmodelle werden Beiträge zur Entwicklung konkreter Lösungsmodelle geleistet.

### **Kapitel 4.3 Netzwerk COUP 21 initiiert Praxiszirkel Nürnberger Unternehmen zu IPP**

COUP 21 hat die Entwicklung praxisnaher Konzepte zur IPP von Beginn an als einen wesentlichen Arbeitsschwerpunkt gesehen. Ziel war es, als lokale Initiative sowohl einen wichtigen Beitrag zur IPP-Diskussion, als auch zur Unterstützung einer **besseren Wettbewerbsfähigkeit** von Unternehmen aus Stadt und Region Nürnberg zu leisten.

### **Unternehmen wünschen sich Praxishilfen**

Um die mit der Umsetzung von IPP verbundenen Herausforderungen im Unternehmen konkret bewältigen zu können,

... mit IPP vernetzt denken.

sind Instrumente notwendig, die **praxisnahe und umfassende Lösungen** erarbeiten helfen. Deshalb haben sich die im IPP-Arbeitskreis engagierten sechs Unternehmen mit der Frage auseinandergesetzt, wie die Anforderungen von IPP auf die betrieblichen Belange zu übertragen sind. Daraus ist dieser Leitfaden entstanden.

### Leitfaden übersetzt IPP Konzeption praxisingerecht

Ziel des Leitfadens ist es, wichtige Fragestellungen, die im Konzept der Integrierten Produktpolitik an Unternehmen herangetragen werden, aufzugreifen und sie unternehmensnah umzusetzen. In erster Linie ging es um eine marktgerechte ökologische Weiterentwicklung und Optimierung von Produkten, in die alle Phasen des Produktlebenszyklus einzubeziehen waren.

Der Leitfaden zeigt erste praktische Notwendigkeiten eines geschlossenen ökologischen Lebenszyklus für ein Unternehmen auf. Er bezieht dabei **möglichst umfassend alle Abteilungen und Funktionen in Unternehmen**, insbesondere auch die Abteilungen Marketing und Entwicklung sowie Lieferanten, Vorproduzenten oder Entsorger mit ein.

Der Leitfaden ist als **„lebendes Dokument“** konzipiert und soll sich mit den weiteren Erfahrungsfortschritten in seiner praktischen Anwendung kontinuierlich verbessern. (siehe hierzu auch Kapitel 10, Seite 28)

### Abgrenzung zu anderen Leitfäden

Der Leitfaden ist **„aus der Praxis für die Praxis“** gedacht und fasst wichtige Fragestellungen bei der Optimierung des betrieblichen Produktportfolios zusammen. Er ist vor allem als eine erste Hilfestellung zum Einstieg in die IPP -Thematik entwickelt worden.

Durch die Trennung ökologischer Aspekte in verschiedene ökologische Lebenszyklusstufen von Produkten erreicht der Leitfaden eine Modularität, die eine **parallele Abarbeitung in verschiedenen Abteilungen** im Unternehmen ermöglicht. Die Fragestellungen im Leitfaden sind bewusst allgemein gehalten, um eine Anwendung in unterschiedlichen Branchen und unterschiedlichen Unternehmensgrößen zu gewährleisten.

Der Leitfaden gibt ein Orientierungsrasster vor, das sich in das bereits vorhandene Angebot an Praxishilfen zur ökologischen Produktpolitik und zum Management als Ergänzung einpasst. Hier ist insbesondere der im Rahmen des Umweltpaktes Bayern erarbeitete Leitfaden „IPP – Integrierte Produktpolitik – Instrumente aus der Praxis am Beispiel Automobil“ zu nennen.

→ [www.ipp-bayern.de](http://www.ipp-bayern.de)



*Umweltreferent Michael Webersinn (2. v. r.) mit den Unternehmensvertretern (v. l. n. r.) Hermann Belch (Faber-Castell AG), Stefan Küst (QUELLE AG), Siegfried Träger (Lucent Technologies) sowie Dr. Norbert Hiller (INTECHNICA GmbH), Frank Ebinger (Öko-Institut e.V.) und Georg Janoschka vom Netzwerk COUP 21 bei der IPP-Presskonferenz am 6. April 2001.*

### Ziele des Leitfadens

Der Leitfaden soll mithelfen, für die Entwicklung von Produkten **geschlossene Materialkreisläufe** zu erreichen. Durch gezieltes **Stoffstrommanagement** ist eine deutliche Reduktion einzusetzender Rohstoffe („**Faktor 4 / Faktor 10** –Diskussion“) erreichbar – und so auch eine spürbare **Kosteneinsparung** möglich. Es lassen sich unternehmerische Risiken durch sinkende Ressourcenabhängigkeit verringern. Mit IPP können mehr Chancen entstehen, durch gezieltere Informationen und **Aufklärung des Verbrauchers** diese Produkte besser am Markt zu positionieren und einen nachhaltigeren Konsum anzustoßen. Die hohe Praxisrelevanz des Leitfadens garantieren die an der Entstehung beteiligten Unternehmen.

# Kapitel 5

## Entwicklung anwendergerechter Checklisten

Die Entwicklung einer praxisnahen Umsetzung des IPP -Gedankens war der Kristallisationspunkt für Unternehmen im Netzwerk COUP 21, um eine Arbeitsgruppe 2 „Produktbezogener Umweltschutz – Integrierte Produktpolitik (IPP)“ zu bilden.

### Beteiligte Unternehmen

In dieser Arbeitsgruppe engagierten sich die im Schaubild auf Seite 8 genannten Unternehmen, um an „Handlungsempfehlungen für eine ökologische Produktgestaltung“ im Sinne von IPP zu arbeiten.

Ziel war es, allgemeine Anforderungen des IPP -Gedankens für Unternehmen zu übersetzen und möglichst konkrete und praxisnahe Lösungsansätze zu erarbeiten. Dabei ging es nicht um den Anspruch der Vollständigkeit, sondern um eine **Informationsbasis**, die für Unternehmen **unterschiedlicher Branchen und Größenklassen** eingesetzt werden kann.

### Die Chronologie der Zusammenarbeit

- Ab Februar 2000 wurden die Unternehmen in mehreren Gesprächsrunden über die Grundlagen zu IPP informiert. Dabei halfen sog. **Experten-gespräche** (z. B. mit einem Vertreter aus dem Bundesumweltministerium) über die mit IPP beabsichtigten Zielsetzungen zu informieren.
- Im Juli 2000 fand ein erster **1-Tages-Workshop** IPP statt, um mit interes-

sierten Firmen konkrete Einstiegs-möglichkeiten zu IPP im Unternehmen auszuloten.

- Von November 2000 bis September 2001 erfolgte in **5 Grundlagen-Workshops** IPP die konkrete Erarbeitung der Checklisten. Die Workshops wurden von **Öko-Institut e.V.**, Freiburg → [www.oeko-institut.de](http://www.oeko-institut.de) und **INTECHNICA** GmbH Management- und Umweltberater, Nürnberg gemeinsam moderiert. → [www.intechnica.de](http://www.intechnica.de)

Es musste zunächst geklärt werden, welche Abteilungen am Prozess der Verwirklichung des IPP-Ansatzes einzubinden sind. Hilfreich für diesen Prozess erwies sich die Orientierung am ökologischen Lebenszyklus eines Produktes. So kam die Gliederung der Fragestellungen zustande, wie sie in nebenstehendem Kasten aufgeführt ist.

**Beispielhaft** ist auf Seite 21 die Seite 1 der Checkliste „Design und Entwicklung“ abgebildet.

Die **vollständigen Checklisten** sind als konkrete Arbeitshilfen in der Einstecktasche **im Anhang** in loser Form enthalten.

Im Rahmen der Workshopreihe ist frühzeitig erkannt worden, dass sich eine erfolgreiche Integrierte Produktpolitik nicht nur auf den eigentlichen Hersteller von Produkten und seine Fachabteilungen beziehen darf. Es müssen auch die Gestaltungs- und Entwicklungsmöglichkeiten von **Akteuren wie Lieferanten, Verbrauchern oder Entsorgern** einfließen.

- **Checkliste 1** – Marketing
- **Checkliste 2** – Design und Entwicklung
- **Checkliste 3** – Beschaffung/Einkauf
- **Checkliste 4** – Produktion
- **Checkliste 5** – Transport/Logistik
- **Checkliste 6** – Kunden/Verbraucher
- **Checkliste 7** – Wiederverwendung, Verwertung, Beseitigung

Für dieses Ziel wurde eine Veranstaltung durchgeführt („Akteurstag, s. in Kapitel 8, Seite 24), mit der eine modellhafte Einbindung aller Akteure im ökologischen Produktlebenszyklus erreicht werden sollte. Die daraus resultierenden Erkenntnisse flossen unmittelbar in die Checklisten ein.

An dieser Veranstaltung beteiligten sich folgende weitere Akteure:

- **Lieferanten** (Grebe - Gruppe, ST. Microelectronics)
- **Kunde / Unternehmen** (DaimlerChrysler AG, Sindelfingen)
- **Öffentliche Hand** (Hochbauamt Stadt Nürnberg)
- **Endverbraucher** (Institut für Verbraucherforschung)



- **Konsumforschung** (GfK Gesellschaft für Konsumforschung)
- **Produktrecycling / Produkthaftung** (LuK, AS Autoteile Service)

### Schweizer Unternehmer informiert über gelösten Produktlebenszyklus

Um zu zeigen, dass IPP im ökologischen Produktlebenszyklus lösbar ist, informierte der Geschäftsführer der **Fa. Rohner Textil AG**, Albin Kälin, aus Heerbrugg/St. Gallen als Hersteller von Bezugstoffen für die Möbelindustrie am textilen Beispiel seines Unternehmens, welche Aufgaben für eine IPP-gerechte Produktgestaltung gelöst werden müssen. → [www.climatex.co](http://www.climatex.co)

### Unternehmen des Arbeitskreises erproben die Entwürfe

Die im Arbeitskreis beteiligten Unternehmen haben die Checklisten probe-weise interdisziplinär getestet. Die Erfahrungen und Ergebnisse von Faber-Castell AG und QUELLE AG sind in Kapitel 7 auf den Seiten 22 und 23 ausführlich erläutert.

### COUP 21 informiert die Öffentlichkeit erstmals zum neuen IPP- Ansatz

Auf einer Pressekonferenz am 06. April 2001 wurde lokal erstmals die Öffentlichkeit über die Zielsetzungen der IPP sowie die bisherigen konkreten Arbeits-

ergebnisse aus der Arbeitsgruppe informiert. Zusammen mit den Unternehmensvertretern von Faber-Castell AG, QUELLE AG und Lucent Technologies Network Systems GmbH stellte der **Nürnberger Umweltreferent Michael Webersinn** den **neuen IPP-Ansatz** vor. Die Unternehmen hatten Gelegenheit, ihre jeweiligen Strategien am Beispiel ausgesuchter Produkte zu erläutern und darzustellen, wie Verbraucher für umweltfreundlichere Produkte gewonnen werden können.



Samstag, 7. April 2001

Nürnberger Zeitung

NÜRNBERG

NZ Nr. 83 – Seite 17

## Nürnberger Firmen wollen gemeinsam Umweltqualität ihrer Produkte verbessern – „COUP 21“ einzigartig in Europa

### „Nur billig herstellen ist der falsche Weg“

**Erfahrungsaustausch sorgt für bessere Qualität  
Unternehmen rechnen mit einem Imagegewinn**

„Die Devise ‚wir können nur billig‘ ist der falsche Weg“, sagt Hermann Belch, der bei dem Bleistifthersteller Faber-Castell für das Qualitätsmanagement zuständig ist. Mit einem solchen Ansatz würden der Umweltschutz und die gesundheitlichen Folgen von Produkten für den Menschen viel zu wenig berücksichtigt werden. „Das Ziel muss sein, bessere und umweltfreundlichere Produkte zu entwickeln, die nicht teurer sind als herkömmliche“, fordert Belch.

Im Rahmen des Agenda-21-Prozesses wurde unter der Federführung des Nürnberger Umweltreferenten Michael Webersinn im Dezember 1999 das Netzwerk COUP 21 gegründet. Hinter der Abkürzung versteckt sich „Cooperation Umweltamt – Pionierunternehmen für das 21. Jahrhundert“. Nürnberger Unternehmen und beratende Organisationen arbeiten zusammen, um ökologische und ökonomische Ziele miteinander zu verbinden, damit die Zahl der umweltfreundlichen Produkte weiter zunimmt. Diese noch relativ junge Initiative hat schon für einiges Aufsehen gesorgt: Die Bundesregierung Umwelt fördert COUP 21 mit 600 000 Mark, und in dem „Grünbuch zur integrierten Produktpolitik“ der EU-Kommission ist das Nürnberger Projekt als einziges regionales Vorhaben in Europa erwähnt. „Nürnberg ist bei den Unternehmen mit Umweltmanagementsystemen führend in Bayern und nimmt auch in Deutschland eine Spitzenposition ein“, so Webersinn.

**Verbraucher unter der Lupe**  
Die am COUP 21 beteiligten Firmen und Organisationen haben im vergangenen Jahr versucht zu analysieren und die selbst gemachten Erfahrungen auszutauschen, wie die Umweltbelastungen eines Produkts von seiner Herstellung bis zu seiner Entsorgung verringert werden können. Dabei wurden der Rohstoffverbrauch, der Energiebedarf und die Emissionen entlang des Lebenswegs unter die Lupe genommen

**Allergien weit verbreitet**  
Damit Kleidungsstücke so hergestellt werden, dass sie keine gesundheitlichen Auswirkungen in Form von Allergien haben, müsse bis zur Erzeugung der Garne zurückgegangen werden, sagt Norbert Hiller von Intechnica, eine Firma für Umwelt- und Managementberatung. „Die Firmen müssen wissen, wann kommt welche chemische Substanz hinzu.“ Wer über die Informationen verfüge, könne auch etwas verändern.

Obwohl fast sieben Millionen Deutsche unter Allergien leiden, von denen viele über Kleidungsstücke ausgelöst werden, steht der gesundheitliche Aspekt bei der Kaufentscheidung nicht oben an, erzählt Stefan Küst, Leiter Umwelt bei Quelle. „Preis und Aussehen geben den Ausschlag.“ Bei Waschmaschinen oder Elektrogeräten würde der Umweltschutzpunkt



Nein, nicht der unlackierte Holzstift ist am besten zum Knabbern beim Nachdenken geeignet, sondern der dermatologisch getestete, mit Wasserlack versehene Holzstift. Foto: Hafentrichter

dagegen viel wichtiger genommen: „Der Umsatz des Solarsegments bei Quelle verdoppelt sich jedes Jahr.“

Der Verbraucher braucht Informationen, vielleicht ändert er dann auch sein Kaufverhalten. Belch vom Unternehmen Faber-Castell, das sehr früh bei der Herstellung von Bleistiften auf Umweltfreundlichkeit geachtet hat, erzählt, dass lange Zeit der unlackierte Bleistift als Öko-Produkt gegolten hat. „In der Praxis war er es aber nicht.“ Wenn die Holzstifte angeknabbert wurden, dann sind sie ein hervorragender Nährboden für Keime und Auslöser von Krankheiten. Belch: „Besser ist der lackierte Stift.“ Mit Wasserlack-technik, die dermatologisch getestet wurde, versteht sich. André Fischer

### Der Verbraucher hat es in der Hand

In vielen Fällen fand die oft gepriesene Versöhnung von Umwelt und Ökonomie nur auf werden kann, ohne dabei wirtschaftliche Zwänge außer Acht zu lassen, kommt für den Verbraucher etwas heraus: Was nützt die reine Öko-Lehre, wenn die Produkte nicht gekauft werden. Der Fortschritt kommt halt nur in kleinen Schritten voran. Der Kunde kann ihn aber pragmatisch den Lebenslauf eines Produkts unter die Lupe zu neh-

Der NZ-Kommentar

ts

Foto: dpa

# Kapitel 6

## Die Checklisten

### Der strategische Ansatz und die operative Umsetzung

IPP hat eine **strategische** und eine **operative Ebene**, die es von Unternehmen abzudecken gilt. Die Trennung in die beiden Ebenen ist allerdings nicht so zu verstehen, dass IPP ein „von oben nach unten verordneter“ Prozess ist. Im Gegenteil stellt **IPP im Unternehmen** ein Thema dar, das im **Miteinander auf vertikaler und horizontaler Ebene** stattfindet und strategische wie operative Aspekte berührt.



Auf jeder Stufe des ökologischen Produktlebenszyklus gibt es für Unternehmen unterschiedlichste Aufgaben, die aber im Ganzen miteinander verzahnt sind. Eine Frage des **Recyclings** von Produkten muss **bereits in der Produktentwicklungsphase** gelöst werden, will das Unternehmen beispielsweise nicht in u.U. kostenintensive Entsorgungspflichten geraten (z.B. Elektronikschrott-Verordnung).

Auch das **EMAS-II Umwelt-Management-System** bietet Chancen für einen erfolgreichen Einstieg in die Integrierte Produktpolitik. → [www.emas-logo.de](http://www.emas-logo.de)

Der **Leitfaden „EMAS – Das neue EG-Öko-Audit in der Praxis“** erläutert die mit der Novellierung verbundenen Änderungen. Er steht als Download unter → [www.umkis.de/emas2/4\\_leitfaeden/EMAS\\_Broschuere\\_Bayern.html](http://www.umkis.de/emas2/4_leitfaeden/EMAS_Broschuere_Bayern.html) zur Verfügung.

### Der IPP-Prozess: Vom Marketing bis zur Wiederverwendung

Die ökologische Produktpolitik fußt einerseits auf der Analyse des Marktfeldes durch das **Marketing und der Marktforschung**. Somit folgt die Umsetzung des IPP-Gedankens dem Prinzip des Markterfolges. Auf der anderen Seite bestimmt aber in Unternehmen auch die eigene Produktpolitik und das vorhandene Produktportfolio die ökologische Produktausrichtung. Nur ein aus sich heraus strategisch denkendes und handelndes Unternehmen kann Märkte entsprechend entwickeln bzw. beeinflussen. Dies geschieht in der Regel durch die Kommunikation mit den Kunden und Stakeholdern.

**Beschaffung und Einkauf** eines Unternehmens berühren vielfältige Handlungsmöglichkeiten bei der ökologischen Optimierung von Produkten. Beispielsweise spielt die Auswahl von Vorprodukten und Stoffen eine große Rolle bei der ökoeffizienten und sozial verträglichen Umsetzung von Produktökologie im Unternehmen und über die Unternehmensgrenzen hinaus.

Die **Produktion** ist eine Schlüsselrolle bei der ökologischen Produktoptimierung. So bestimmen Produktionsprozesse häufig die Grenzen der ökologischen Optimierung und sind entsprechend bereits in Produktentwicklungsprozessen zu berücksichtigen.

**Transport, Logistik und Lagerung** von Produkten sind strategische Herausforderungen im Unternehmen. Bei der Berücksichtigung ökologischer Gesichtspunkte wird nicht nur die Frage nach der Position von Lagerstätten und damit die entsprechenden Auswirkungen auf die Transport-Kilometer gestellt. Auch Fragen zur Verpackung und der Transportfähigkeit von Produkten werden relevant.

Der **Kunde** bzw. der **Verbraucher** spielt in der Konzeption der IPP bzw. in der realen Produktökologie eine entscheidende Rolle. Durch die Nutzung von Produkten entstehen vielfach stärkere Umweltbelastungen, als durch die Produktion eines Produktes selbst (beispielsweise durch den Energieverbrauch eines Fernsehers während seiner zehnjährigen Nutzung). Damit kommen auf die Hersteller aber auch den Kunden eine geteilte Verantwortung zu. Der Hersteller sollte für seinen Teil Wartung und Aufrüstbarkeit gewährleisten sowie den Kunden über die Möglichkeiten des ökologischen Gebrauchs des Produktes informieren.

**Die (Teil-)Wiederverwendung von Produkten** muss ein weiteres wichtiges Ziel in der ökologischen Produktpolitik sein.

Hierbei ist der **Zielkonflikt „lange Lebensdauer versus ökologische Entlastungspotentiale** durch Produktinnovation“ d.h. Neubeschaffung zu berücksichtigen. Es könnte sein, dass durch Reparaturfreundlichkeit und Aufrüstbarkeit die Lebensdauer eines Produktes zwar verlängerbar ist, eine Neuanschaffung unter dem Strich aber „ökologischer“ wäre – selbst unter Einbezug der Herstellung – da das weiterentwickelte Produkt z.B. energieeffizienter ist.

### Vorgehensweise zur Anwendbarkeit der Checklisten

Folgende Fragestellungen haben sich bei der Anwendung der Checklisten als wichtig erwiesen. Diese sollten im anwendenden Unternehmen vorher strukturiert werden:

1. Welche Abteilungen sind einzubinden?
2. Besteht im Unternehmen die Möglichkeit der Bildung von abteilungsübergreifenden, interdisziplinären Teams, um horizontale und vertikale Strukturen für IPP herzustellen?

3. Welche Lieferanten in der Kette müssen Berücksichtigung finden?
4. Welche Kriterien (Indikatoren) sind von Bedeutung?
5. Wie können die beteiligten Akteure eingebunden werden?
6. Wie sieht die Aufgabenverteilung unter den Beteiligten aus?
7. Welche Kriterien müssen bei der Auswahl eines „Pilot-Produktes“ berücksichtigt werden?
8. Welche Konsequenzen erwachsen aus der neuen Betrachtungsweise, sowohl kurzfristig als auch langfristig?

Ifd. Nr.		Kommentar	Bewertung				Dokument
			ja	nein keine	teilweise	nicht relevant	
<b>C 2.1 Materialauswahl</b>							
a)	Existiert eine betriebsinterne Indexliste, die bei der Entwicklung berücksichtigt wird? Bitte fügen Sie diese bei.						
b)	Werden Recyclingstoffe eingesetzt und wenn ja welche?						
c)	Ist eine (Alt-)Teilverwendung beabsichtigt, oder wird diese bereits durchgeführt						
d)	Werden erweiterte ökologische Informationen (Sicherheitsdatenblätter, Ökobilanz-Daten, Lebenszyklusanalysen) zur Auswahlentscheidung von Materialien hinzugezogen und wenn ja welche?						
e)	Werden Gefahrstoffe im Entwicklungsprozess bewusst durch nicht gefährliche Stoffe substituiert?						
f)	Gibt es gesetzliche Regelungen oder Normen hinsichtlich Verbot von gefährlichen oder toxischen Substanzen, die berücksichtigt werden bzw. müssen und wenn ja welche?						
g)	Wird die Lagerfähigkeit von eingesetzten Stoffen bereits bei der Entwicklung mitberücksichtigt und wenn ja wie?						
<b>C 2.2 Produktauswahl</b>							
a)	Wie werden ökologische Kriterien für den Anwender im voraus berücksichtigt?						
b)	Welcher Wert fällt der Recyclingfähigkeit der Produkte zu?						
c)	Wie wird auf die Vermeidung von gefährlichen Stoffen geachtet?						
<b>C 2.3 Prozessbetrachtung</b>							
a)	Finden Maßnahmen Berücksichtigung, die die Produktionsabfälle weiter reduzieren lassen und wenn ja welche (z.B. Recycling, besseres Einstellen von Maschinen)?						
b)	Können Produktionsschritte im Sinne einer Optimierung des Ressourcenverbrauches zusammengefasst werden?						
c)	Wird eine detaillierte Erfassung von Umweltkriterien (Verbrauch von Ressourcen, Emissionen) bei der Produktion vorgenommen und wenn ja welche sind dies?						
<b>C 2.4 Nutzungsphase</b>							
a)	Wurden lebensdauerverlängernde Maßnahmen (Reparaturmöglichkeit, Serviceleistungen, technische Nachrüstbarkeit) vorgesehen und wenn ja welche?						

## Kapitel 7

# Faber-Castell AG und Integrierte Produktpolitik

Faber - Castell AG ist ein **international orientiertes Industrieunternehmen**, das sich seit 240 Jahren in gleicher Familienhand befindet. Weltweit zählt Faber - Castell zu den führenden Herstellern und Vermarktern hochwertiger Schreib-, Mal- und Zeichengeräte.

### Ökologie hat Tradition

Umweltschutz bedeutet schon seit Generationen die Auswahl ökologisch unbedenklicher Materialien und umweltschonender Verfahren. Dies soll jetzt aus einer ganzheitlichen und nachhaltigen Sicht heraus im Sinne der Umwelt erweitert werden:

- Das **Managementsystem „FABIQUS“** soll helfen, alle Prozesse im Unternehmen im Hinblick auf Qualität, Umwelt und Soziales zu überprüfen, zu koordinieren und zu verbessern. Damit verpflichtet sich Faber-Castell den Schutz der Umwelt als unternehmensweites und durchgängiges Prinzip weltweit in allen Werken und Prozessen zu verankern.
- Die **Produktpolitik** ist seit 8 Generationen **stark auf Qualität und Verbraucherfreundlichkeit** ausgerichtet, da auch Kinder und Jugendliche ein wichtiger Kundenkreis für Schreib- und Zeichengeräte von Faber-Castell sind. So werden Rohstoffe nicht nur sorgfältig ausgewählt: Faber-Castell deckt auch **80 % seines Holzbedarfes von eigenen Holzplantagen**.

Trotzdem ist dies für die Zukunft immer noch eine zu segmentielle Sichtweise. Faber-Castell strebt deshalb an, den gesamten Lebenszyklus seiner Produkte für eine noch stärkere Umweltschonung in einem kontinuierlichen Prozess zu analysieren und zu verbessern. Nur so wird Nachhaltigkeit zum gelebten Begriff im Sinne der Agenda 21, zu deren Zielsetzungen sich Faber -Castell mit seiner Unterschrift ausdrücklich bekannt hat.

Die Umsetzung dieser Integrierten Produktpolitik hat Faber-Castell als ein Gründungsmitglied von COUP 21 und des Nürnberger Nachhaltigkeitspaktes s.m.i.l.e. in der Gruppenarbeit mit gleichgesinnten Unternehmen der Region Nürnberg mit entwickelt.

### Erfahrungen mit den IPP – Checklisten

Zentrales Instrument ist eine Checkliste, die es ermöglicht, die Lebenszyklusbeurteilung eines einzelnen Produktes sehr systematisch, messbar und international anwendbar anzugehen.

Am Produktbeispiel „GRIP 2001“, einem innovativen Bleistift (5 internationale Designpreise), hat das Unternehmen überprüft, inwieweit die Fragen der Checklisten schon bei der eigenen Produktentwicklung Berücksichtigung gefunden haben.

Hier wurden weitere Optimierungspotentiale erkannt, wie z.B. bei Transport, Lieferanteneinbindung und für mehr gezielte Verbraucherinformationen.

Zur weltweiten Anwendung von IPP innerhalb der Firmengruppe wird gegenwärtig ein Konzept erarbeitet, das in den nächsten Monaten der Unternehmensleitung von Faber-Castell zur Entscheidung vorliegt.

Kontakte und Austausch mit anderen Firmen suchen wir. Wir stehen als Ansprechpartner ebenfalls gerne zur Verfügung.

Faber-Castell AG  
Nürnberger Straße 2  
90546 Stein  
Tel.: +49-9 11-99 65-5 61  
Fax: +49-9 11-99 65-6 27  
Mail:  
quality-management@faber-castell.de  
→ [www.faber-castell.de](http://www.faber-castell.de)

Hermann Belch  
Faber-Castell Aktiengesellschaft  
Director Quality Management & Systems





# Integrierte Produktpolitik bei der QUELLE AG

Die QUELLE AG ist als größtes Versandhaus Europas mit ihrem Hauptkatalog in jedem dritten deutschen Haushalt vertreten. Ansatzpunkte für IPP gibt es vor allem im Sortiment und bei den Kundenkontakten. Die QUELLE AG besitzt die größte Warenprüforganisation des deutschen Handels, bei der Umweltaspekte seit vielen Jahren breiten Raum einnehmen. Ökologische Produktinformationen von den Herstellern dienen zur Weiterentwicklung des Sortiments.

Auf rund 350 Seiten des aktuellen Hauptkataloges werden ökologisch verbesserte Produkte mit einem Umsatz von rund 1 Mrd. DM pro Jahr angeboten. Mehr als 300 Seiten Textilien, die „hautfreundlich, weil schadstoffgeprüft“ entsprechend dem **Öko-Tex Standard 100** sind, Kühlgeräte überwiegend der **Energieeffizienzklasse A**, der energiesparendste Gefrierschrank der Welt, ein umfangreiches Angebot an Solarprodukten, Holzgartenmöbel und formaldehydarme Möbel mit Blauem Engel.



Jährlich werden rund 200.000 alte Haushaltsgroßgeräte von den Kunden zurückgenommen und verwertet. Mittels detaillierter Fehlerauswertungen des Technischen Kundendienstes Profectis werden Lieferanten über Verbesserungsmöglichkeiten bereits bei Konstruktion und Produktion informiert. QUELLE Werbemittel sind ein geeignetes Instrument zur Verbraucherinformation und -beratung. **Eigene Umweltseiten** informieren über Aktivitäten, Produktangebote, aber auch über die Möglichkeiten der Kunden, etwas für die Umwelt zu tun. Bei mehr als 1300 Artikeln wird mit Öko-Zeichen auf ökologische Vorteile hingewiesen.

## IPP-Checklisten Zusammenarbeit bei COUP 21

Im Netzwerk COUP 21 sieht die QUELLE AG eine Chance, branchenübergreifend neue Wege zu gehen. Eine Aktivität, mit der QUELLE AG sich bei COUP 21 einbringt, ist das Projekt **„Ökologische Optimierung entlang der textilen Kette“**. Bei Herstellung, Gebrauch und Entsorgung von Textilien will die QUELLE AG neue ökologische Entwicklungen anstoßen. Kundenbefragungen, Vorgaben an Lieferanten und die Qualifizierung von Herstellern tragen zu einer weiteren ökologischen Verbesserung im Sortiment bei. Dabei spielen **sozialverträgliche Arbeits- und Produktionsbedingungen** eine **zunehmend wichtige Rolle**.

Die unterschiedlichen Unternehmen der Arbeitsgruppe ermöglichen eine breite Abdeckung des IPP-Ansatzes.

Die QUELLE AG erreicht in ihrer Gatekeeper-Funktion Hersteller und Verbraucher gleichermaßen. Die eher produzentenorientierten Aspekte der Checklisten sind für die QUELLE AG hilfreich zur Überprüfung der internen Abläufe und um bereits vorhandene Instrumente zur ökologischen Einschätzung von Lieferanten neuen Erfordernissen anzupassen.

- Bereits bestehende Prüfpläne, in denen Aspekte der Gebrauchstauglichkeit, der Qualität und der Umweltverträglichkeit der Produkte integriert sind, werden im Rahmen einer aktuellen „Ökologischen Produkt-Analyse“ nach IPP-Kriterien überarbeitet.
- Bei Textilien soll eine Studie die Kundenakzeptanz für ökologisch verbesserte Bekleidung eruieren und Erfolgsstrukturen ermitteln, mit denen sich diese Textilien am Markt besser durchsetzen lassen.

Die **IPP-Checklisten** sind **nicht als abgeschlossen** zu verstehen. Sie müssen den ökologischen, gesetzlichen, marktbezogenen und unternehmensspezifischen Entwicklungen angepasst werden. Dann werden sie auch zu einer stetigen Verbesserung hin zu ökologisch verträglicheren Produkten führen.

QUELLE AG  
Wittekindstr. 26, 90431 Nürnberg  
Tel.: +49-911-14 27 896  
Fax: +49-911- 14 27 009  
Mail : stefan.kuest@quelle.de  
→ [www.quelle.de](http://www.quelle.de)

Stefan Küst  
QUELLE AG Umweltbeauftragter

## Kapitel 8

# Der Produktlinie Leben einhauchen – Akteurskooperationen entlang des ökologischen Produktlebenszyklusses

Am 5. Juli 2001 wurde ein sogenannter „Akteurstag“ durchgeführt, der das Ziel hatte, möglichst alle Akteure entlang des ökologischen Produktlebenszyklusses an einen „Runden Tisch“ zu bekommen.

Es sollte Vorlieferant neben Produzenten, Handel neben Verbrauchervertreter, Entsorger neben Hersteller sitzen, um die jeweiligen Positionen zum Thema IPP und ökologische Verbesserung von Produkten zu diskutieren, Schwierigkeiten anzusprechen und Lösungen bzw. Potentiale zu erarbeiten. Der Produktlinie wurde damit sprichwörtlich „...Leben eingehaucht.“

### „Möglichkeiten und Grenzen der Akteurseinbindung bei der ökologischen Produktoptimierung“ am 05. Juli 2001 in Nürnberg

#### Programmablauf:

9:30 – 10:00 Uhr	Begrüßung und Vorstellungsrunde
10:00 – 12:00 Uhr	Das Vorgehen entlang des ökologischen Produktlebenszyklusses Lieferant (Grebe-Gruppe, Job Joachim Grebe; ST Microelectronics, Gunther VanTreek) Kunde/Unternehmen (DaimlerChrysler AG, Marc Binder) Öffentliche Hand (Hochbauamt Stadt Nürnberg, Bernd Tilgner)
12:00 – 13:00 Uhr	Mittagspause
13:00 – 14:00 Uhr	Das Vorgehen entlang des ökologischen Produktlebenszyklusses Endverbraucher (Inst. f. Verbrauch erforschung, Dr. Tillmann Höhfeld; Gesellschaft für Konsumforschung, Dieter Reidel)
14:00 – 15:00 Uhr	Das Vorgehen entlang des ökologischen Produktlebenszyklusses Produkthaftung (LUK, AS Autoteile Service, Werner Schultz) Rechtliche Fragen/ Recycling/Gewährleistung
15:00 – 15:15 Uhr	Kaffeepause
15:15 – 16:30 Uhr	Fallbeispiel: Entwicklung von Textilien für die Möbelindustrie unter Beachtung des gesamten Lebenszyklus Rohner Textil AG Schweiz, Albin Kälin)
16:30 – 17:00 Uhr	Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse

**Wesentliche Diskussionsergebnisse** dieses Tages sind zu **Bestandteilen der Checklisten** geworden. Das Leben des Workshops findet sich darin wieder. Alle Teilnehmer waren sich einig, dass IPP ein lohnendes Ziel ist und Akteurskooperationen wichtiger Bestandteil sind, um eine ökologischere Wirkung bei der Herstellung und Nutzung von Produkten zu erzielen.

# Kapitel 9 Wie geht es weiter? – Weitere Schritte für IPP...

## Interne und externe Einflussfaktoren

Die Unternehmen im Arbeitskreis sind sich einig: IPP bietet eine Reihe langfristiger wirkender Chancen für die unternehmerische Zukunftsfähigkeit, die allerdings von wichtigen „internen und externen“ Einflussfaktoren begleitet werden.

- Chancen liegen vor allem im Bereich der **Einsparung von Ressourcen** und Kosten, der gesteigerten Mitarbeitermotivation, der Zukunftssicherung oder eines gesteigerten Images.
- Aber auch Aspekte einer **betrieblichen Reorganisation** und daraus entstehende Potentiale sind möglich.
- Durch IPP wird die **Aufweichung festgefügtter Strukturen** als wichtige Entwicklungschance erkannt.
- Wichtige Einflussfaktoren für eine erfolgreiche Integrierte Produktpolitik werden in einer **verantwortungsvollen Unternehmensführung** sowie einer breiten gesellschaftlichen Information und Kommunikation gesehen.

Die verantwortungsvolle Unternehmensführung bzw. die unternehmerische Eigenverantwortlichkeit muss sich auch auf die eigenen Produkte erstrecken.

## Sozialstandards in den IPP-Prozess einbeziehen

Daneben erachten die Unternehmen aber auch den gestiegenen gesellschaftlichen Einfluss als wichtigen Faktor für die betriebliche Integrierte Produkt-

politik. Vor allem die Einhaltung internationaler **Sozialstandards nach ILO (International Labour Organisation)** ist eine wichtige Grundlage für die Entwicklung des IPP - Gedankens. → [www.ilo.org](http://www.ilo.org)

Schließlich wirkt der **Einflussfaktor Gesetze/Normen** auf die Chancen einer Integrierten Produktpolitik. Gesetze können dann als zusätzlicher Treiber für eine ökologische Produktpolitik wirken, wenn sie die unternehmerischen Zielsetzungen durch Sicherung **gleicher Wettbewerbsbedingungen** ergänzen.

Alle Unternehmen im Arbeitskreis waren sich einig: Die **Chancen** durch IPP sind so hoch, dass sie durch **aktives Handeln** als **Vorreiter** erschlossen werden sollen.

Beispiele:

- **Faber - Castell AG** arbeitet an einem Unternehmenskonzept zur weltweiten Anwendung von IPP Kriterien.
- **Lucent Technologies Network Systems** ergänzt eigene Instrumente um Teile der Checklisten
- **CSC JÄKLECHEMIE GmbH & Co.** wird nach der Zertifizierung zum Entsorgungsfachbetrieb eine stärkere Verantwortung im ökologischen Produktlebenszyklus übernehmen. Das Unternehmen hat sich zur freiwilligen Teilnahme am ESAD-Programm (European Single Assessment Document) für Chemikalienhändler entschlossen. Der Betrieb wird intensiver die Kundenberatung einbeziehen
- **Hetzel Elektronik-Recycling GmbH & Co. KG** widmet sich verstärkt der Frage eines höherwertigen Recyclings ganzer Bauteile.

- Bei **QUELLE AG** sind die Checklisten insbesondere im Technik- und Hartwarenbereich weiterreichende „tools“ bereits vorhandene Prüfpläne.
- **Conti Temic microelectronic gmbh** prüft die Anwendbarkeit von Teilen der Checklisten

Um mit IPP einen langfristigen ökonomischen und ökologischen Erfolg zu erzielen, müssen verstärkt

- Geschäftsleitungs- und Vorstandsebenen einbezogen
- Fragen einer globalen Verantwortung, bezogen auf Vorlieferanten und Standards, gelöst werden und
- ein intensiver Kunden-/Verbraucherdialog entwickelt werden.

## IPP muss Branchenbezug erreichen

Die Fragestellungen im Leitfaden sind zunächst bewusst allgemein gehalten, um einen „ersten Einstieg“ in Betrieben aus unterschiedlichen Branchen mit unterschiedlichen Größen zu erreichen. Damit soll eine Sensibilisierung zum Thema über alle Fachbereiche hinweg möglich sein. Mit der Abarbeitung des Checklistenkataloges wird jedoch erst die Basis für den Einstieg in die IPP-Philosophie erreicht.

Will die „**IPP-Bewusstseinsveränderung**“ in Unternehmen einen dauerhaft angelegten ökonomischen Erfolg mit deutlich verringertem Ressourceneinsatz erzielen, muss dies auch in umfassenderen, „branchenbezogenen“ Ansätzen fortgeführt werden.

## ... mit Verbraucher und Handel...

Auf diese Weise bestehen gute und berechnete Chancen, dass durch Produkte mit IPP-Design insgesamt größere Marktanteile (**ökonomischer Vorteil**) oder sogar neue Märkte erschlossen werden können und daraus eine spürbare Rohstoffverringerung (**ökologischer Gewinn**) resultiert („**Öko-Öko-Konzept**“).

### Die Schlüsselrolle des Verbrauchers

In den IPP-Prozess muss der **Verbraucher** als wichtigster **Schlüsselakteur** eingebunden sein. Verbraucher haben in unserem Wirtschafts- und Wertesystem mit ihrem **Kaufverhalten** entscheiden-

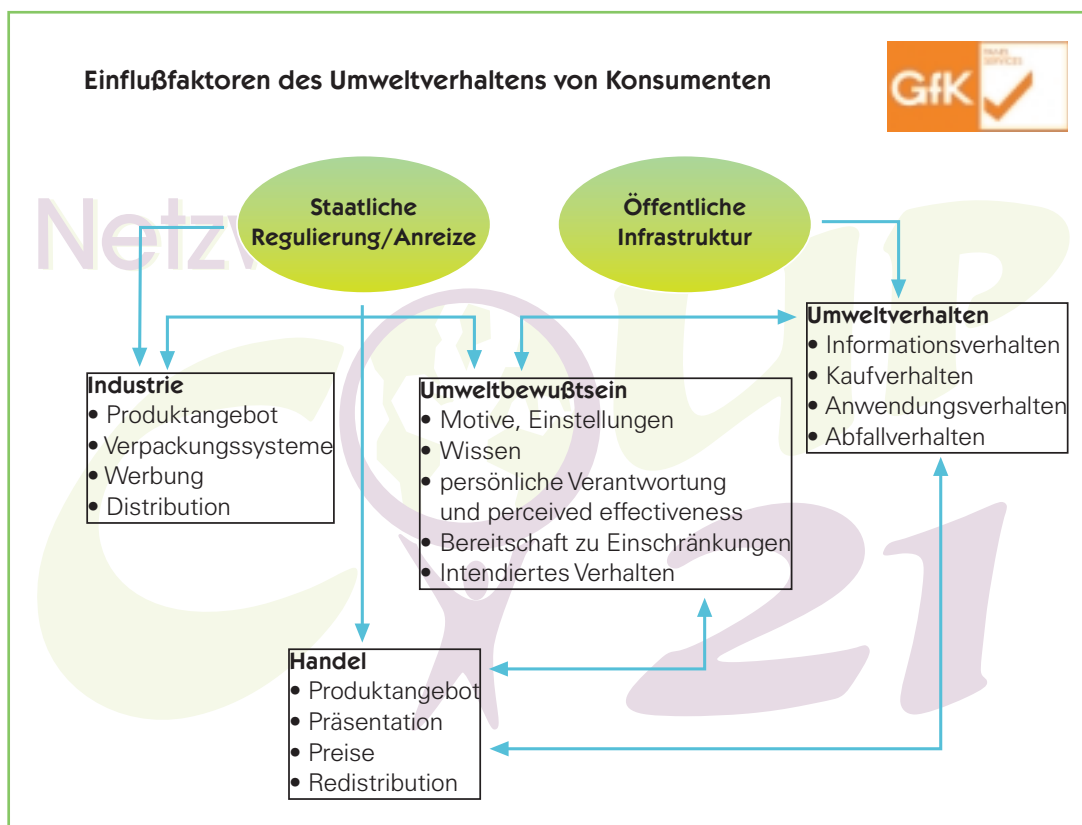
den **Einfluss auf Märkte** und ihre Waren. Die Mehrzahl der Verbraucher erwerben Gegenstände heute zumeist nicht wegen ihres ökologischen Mehrwerts, sondern betrachten diesen bestenfalls als selbstverständlichen „Zusatznutzen.“

Wie eine **Untersuchung** der **GfK** Gesellschaft für Konsumforschung, Nürnberg aus dem Jahre 2001 ergab, wird das **Umweltbewusstsein** zunehmend vom **Convenience – Streben verdrängt**. Dies lässt sich gut am Beispiel aktueller Pkw-Modellen der oberen Preisklasse renommierter deutscher Automobilhersteller erklären: Die Kapazität der heute darin installierten Elektroniksoftware für ABS, ESP, Navigationssysteme, Klimatronic

oder diverse Memoryfunktionen (um nur die gängigsten zu nennen), hätte 1969 ausgereicht, um **Apollo 11** sicher zu seiner ersten **Mondlandung** zu steuern. Inzwischen finden sich viele dieser Komponenten auch in Fahrzeugen der mittleren Preisklasse wieder.

Wie groß die Einflussfaktoren des Umweltverhaltens von Konsumenten sind, zeigt die Grafik unten.

Es muss deshalb stärker als bisher ein wesentlicher Bestandteil der IPP-Zielsetzungen werden, den Dialog mit dem Verbraucher durch Kommunikations- und Marketingstrategien zu suchen, um ihn so auf die Vorteile von IPP -Produkten aufmerksam zu machen („Mehrwert“



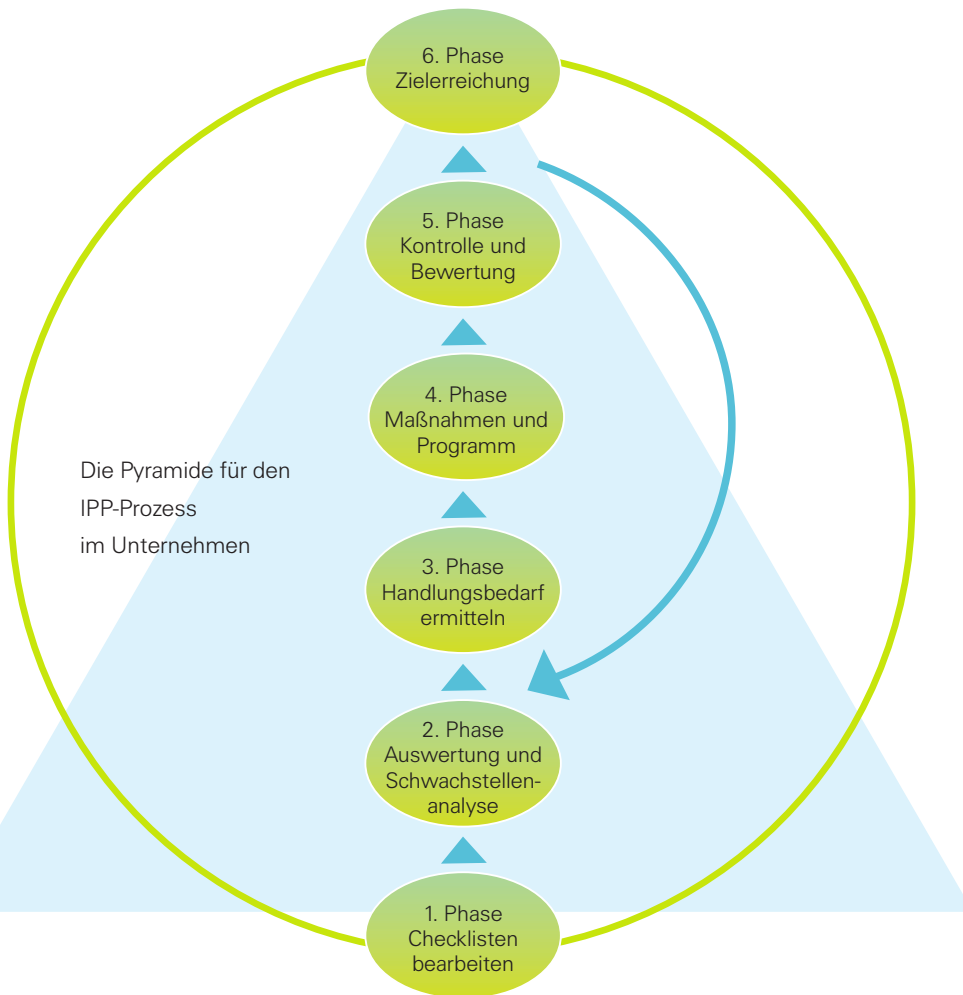


Image-Effekt“). Dies könnte bei der Kommunikation der Produkt- und Dienstleistungsangebote zum Endverbraucher sowohl über Kataloge, Werbung etc. als auch im direkten Verkauf („pro-aktiv“) erfolgen. Auf diese Weise ergänzen sich positiv unterschiedliche Informationsmöglichkeiten für ein verändertes Bewusstsein.

### Handel als „Gatekeeper“ gewinnen

Eine besondere Rolle kommt dem Handel zu, der durch ein entsprechendes ökologisches Produktportfolio im Sinne

der IPP und die Auswahl seiner Lieferanten großen Einfluss auf Konsumenten und ihre Kaufgewohnheiten nehmen kann. Der Handel ist **Mittler zwischen Produzenten und Konsumenten**. Strategien hierzu sind vorhanden – wie das Beispiel von QUELLE AG auf Seite 23 zeigt.

### COUP 21 engagiert sich weiter ... ... bei der Regionalisierung des Umweltpaktes Bayern

Um die im Umweltpakt Bayern zwischen Bayerischer Staatsregierung und bayeri-

scher Wirtschaft verabredeten Zielsetzungen und Aktivitäten zur Integrierten Produktpolitik IPP voranzubringen, erfolgt inzwischen eine **Regionalisierung auf der Ebene bayerischer Bezirke** sowie örtlicher Industrie- und Handelskammern. Im Rahmen des Umweltpaktes Bayern können die Ergebnisse des Leitfadens von COUP 21 eingebracht werden durch:

- **Workshops**, die die Entwicklung des Leitfadens und seine Systematisierung interessierten Unternehmensvertretern aufzeigen und für eine Anwendung werben und
- **Branchenbezogene Untersuchungsrahmen** ggfs. zusammen mit dem Bayerischen Umweltministerium und ausgesuchten Branchen für eine breitere IPP - Anwendung.

### ... im konkreten Projekt am Beispiel der textilen Kette zusammen mit QUELLE AG

Bei Herstellung, Gebrauch und Entsorgung von Textilien entstehen Umweltbelastungen. Andererseits werden vom Verbraucher Umweltauswirkungen im textilen Bereich meist nur im Zusammenhang mit dermatologischen Gesichtspunkten wahrgenommen. Über die bisherigen Anstrengungen hinaus sollen zusammen mit QUELLE AG weitere ökologische Entwicklungen angestoßen werden.

# Kapitel 10

## Ihre Erfahrungen sind uns wichtig

Der Leitfaden und die darin enthaltenen Checklisten soll ein „lebendes Dokument“ sein.

Sie haben die Möglichkeit, uns **Ihre praktischen Erfahrungen** aus der Anwendung im Unternehmen

- mittels einer am Ende des Leitfadens eingelegten Fax-Antwortmatrix zeitsparend mitzuteilen
- oder diese im Internet unter
  - [www.coup21.de](http://www.coup21.de) bzw.
  - [www.ipp-bayern.de](http://www.ipp-bayern.de) als pdf-Datei herunterzuladen und direkt zurück-zumailen.

Informieren Sie uns darüber,

- welchen Aspekt Sie in den Fragestellungen vermissen,
- welche Fragen Sie zum Nachdenken angeregt haben oder
- anders lauten müssten.

**Ihre Erfahrungen sind uns wichtig**, um die IPP - Zielsetzungen insgesamt durch Praxisbeispiele zu beleben und weiter voran zu bringen! Hier ist der Weg das Ziel.

Die Autoren möchten Sie ausdrücklich ermuntern, diese Möglichkeit zu nutzen. Sie stehen Ihnen gerne auch im direkten Gespräch zur Verfügung.

Zu allen Grundsatzfragen der Integrierten Produktpolitik bzw. anderen Pilotprojekten wenden Sie sich im Bayerischen Staatsministerium für Landesentwicklung und Umweltfragen an:

**Dr. Hans-Christian Steinmetzer**

Tel.: (089) 92 14 22 81

Fax: (089) 92 14 21 52

eMail: [hans-christian.steinmetzer@stmlu.bayern.de](mailto:hans-christian.steinmetzer@stmlu.bayern.de)

oder

**Uwe Furnier**

Tel.: (089) 92 14 22 71

Fax: (089) 92 14 21 52

eMail: [uwe.furnier@stmlu.bayern.de](mailto:uwe.furnier@stmlu.bayern.de) zur Verfügung.

→ [www.umweltministerium-bayern.de](http://www.umweltministerium-bayern.de)

→ [www.bayern.de/stmlu/](http://www.bayern.de/stmlu/)

Vielen Dank für Ihre Mitwirkung!

Die Autoren



## Die Partner

Umweltamt der Stadt Nürnberg  
Geschäftsstelle COUP 21  
Georg Janoschka  
Lina-Ammon-Str. 28  
90471 Nürnberg  
Tel. 0911 231 27 27  
Fax 0911 231 25 83  
eMail: [uwa/1@uwa.stadt.nuernberg.de](mailto:uwa/1@uwa.stadt.nuernberg.de)  
[www.coup21.de](http://www.coup21.de)

INTECHNICA GmbH  
Management- und Umweltberater  
Dr. Norbert Hiller  
Ostendstr.181  
90482 Nürnberg  
Tel. 0911 513311  
Fax.0911 513399  
eMail: [dr.hiller@intechnica.de](mailto:dr.hiller@intechnica.de)  
[www.intechnica.de](http://www.intechnica.de)

Öko-Institut e.V.  
Frank Ebinger  
Binzengrün 34  
D-79114 Freiburg  
Tel. 0761 45295-49  
Fax 0761 4754-37  
eMail: [ebinger@oeko.de](mailto:ebinger@oeko.de)  
[www.oeko-institut.de](http://www.oeko-institut.de)