



EcoTopTen 2.0

Förderung von energieeffizienten
Produkten und Energieeinsparungen mit
Marktübersichten, Social-Media-
Aktivitäten und Aktionen

 Verbraucher | [Information](#) [Kampagne](#)



i

Projektinformationen



Förderprogramm

Innovative Klimaschutzprojekte



Projektlaufzeit

1. Januar 2012 bis 31. Dezember 2014



Projektnehmer

Öko-Institut e.V.

Förderkennzeichen

03KSF015

Fördersumme

999.024 Euro

Kontakt

info@oeko.de

www.ecotopten.de

Wenn schon, denn schon – die stromsparendsten Produkte für den Klimaschutz

Der Stromverbrauch der privaten Haushalte trägt wesentlich zum CO₂-Ausstoß in Deutschland bei. Viele Geräte sind heute zwar deutlich effizienter als früher, aber die effizientesten sind in der Anschaffung oft teurer als die Stromfresser. Und solange die Gesamtkosten eines Gerätes – also der Kaufpreis plus die Stromkosten über den gesamten Nutzungszeitraum – beim Kauf nicht erkennbar sind, zählt das Preisschild.

Auf einen Blick

Die vom Öko-Institut e.V. initiierte Informationskampagne EcoTopTen schafft hier seit 2005 Abhilfe. Sie bietet auf www.ecotopten.de kompakte Marktübersichten zu empfehlenswerten Produkten, die nicht nur umweltfreundlich und energiesparend sind, sondern auch ein gutes Preis-Leistungsverhältnis und eine hohe Qualität haben.

Das geförderte Projekt EcoTopTen 2.0 erweiterte das Angebot. Die Webseite als zentrale Informationsplattform wurde deutlich verbessert, inhaltlich ergänzt und aktualisiert. Sie bekam ein grundsätzlich überarbeitetes und moderneres Design. Neue Partnerinnen und Partner erhöhten die Reichweite und Durchschlagskraft, und private Haushalte wurden durch einen Wettbewerb zum Mitmachen motiviert.



Nur die Besten kommen auf die Liste

Die Produktlisten von EcoTopTen bieten eine aktuelle Übersicht zu den am Markt verfügbaren ökologischen Spitzenprodukten in den Bereichen Beleuchtung, Haushaltsgeräte, Unterhaltung, Informations- und Kommunikationstechnologien, Mobilität, Lebensmittel und Textilien. Diese Listen enthalten Angaben zu den technischen Eigenschaften, zu der Energieeffizienz und zu den mit der Herstellung und Nutzung verknüpften CO₂-Emissionen. Mindestkriterien stellen sicher, dass nur hochwertige Produkte empfohlen werden, die ein angemessenes Preis-Leistungsverhältnis haben und aus Umweltsicht top sind. EcoTopTen zeigt zudem, was die Produkte „wirklich“ kosten: Neben dem Kaufpreis und den jährlichen Betriebskosten werden auch die Gesamtkosten über die Lebensdauer dargestellt. Die Webseite bietet weitere Informationen zum Kauf und zur umweltverträglichen Nutzung der Produkte. Die Kauftipps helfen Verbraucherinnen und Verbrauchern vor der Kaufentscheidung die richtigen Fragen zu stellen, damit das Produkt auch zu den eigenen Bedürfnissen passt. Neben den Verbraucherinnen und Verbrauchern dienen die Produktlisten auch Expertinnen und Experten in der Verbraucherberatung und den für die Beschaffung zuständigen Personen in Betrieben, Verbänden und Kommunen als Informationsquelle und Beratungsgrundlage.

Optimierung der Webseite

Seit dem Start der Kampagne wurde die Webseite zwar regelmäßig aktualisiert, die Programmierung aber nicht grundsätzlich neugestaltet. Daher war es notwendig, die Webseite auf eine moderne Basis zu stellen. Dies beinhaltete eine Neuprogrammierung auf Basis des Content Management Systems (CMS) Drupal. Im Zuge der Neuprogrammierung wurden außerdem die Inhalte grundsätzlich überarbeitet und das Erscheinungsbild aufgefrischt. Die neue Struktur erleichterte das Suchen und Finden von Produkten und Informationen.



Der Saisonkalender gibt Tipps für den klimafreundlichen Einkauf

Klimafreundliche Lebensmittel als neuer Inhalt

Studien zu den klimarelevanten Emissionen von Gemüse- und Obstanbau zeigen, dass die regionale, ökologische Produktion mit weniger Emissionen verbunden ist. Vor diesem Hintergrund wurde im Rahmen des Projektes das Produktcluster „Lebensmittel“ zusätzlich zu den bestehenden Kategorien entwickelt. Hierzu gehörten ein Rezeptesaisonkalender und Handlungsempfehlungen für den klimafreundlichen Lebensmitteleinkauf. Sie wurden mit anschaulichen Grafiken illustriert.

Was sollte das Projekt erreichen?

- Information der Verbraucherinnen und Verbraucher über energieeffiziente, klimaverträgliche, kostengünstige Produkte und deren Nutzung;
- dadurch Motivation der Verbraucherinnen und Verbraucher zum Kauf dieser Produkte;
- Mobilisierung von privaten Haushalten zum Stromsparen durch die Aktion „Energiewende – Wir fangen schon mal an!“.

Die Plattform für nachhaltigen Konsum als Partner

Um eine möglichst große Reichweite der Empfehlungen zu erreichen, wurden die Produktlisten mit www.utopia.de, einer Plattform für nachhaltigem Konsum, verknüpft.





Wie ging es weiter?

Das Projekt wird weiterhin gefördert. Aktuelle Informationen zum Projekt sind auf der Seite www.ecotopten.de verfügbar.

Beitrag zum Klimaschutz

Wenn die Kampagnenwebseite Besucherinnen und Besucher in ihrer Kaufentscheidung beeinflusst und diese statt eines typischen Produktes ein von EcoTopTen empfohlenes Produkt wählen, dann lassen sich hieraus Strom- und CO₂-Einsparungen ableiten. Die Berechnung dieses Einspareffektes erfolgte mithilfe einer zweistufigen Online-Umfrage, die 2012 und 2013 durchgeführt wurde. Sie ergab, dass pro Zugriff zur Webseite eine durchschnittliche Stromeinsparung 18,93 Kilowattstunden pro Jahr erreicht wurde. Vor dem Hintergrund der Zugriffszahlen auf www.ecotopten.de in den Jahren 2012 bis 2014 konnte so ermittelt werden, dass insgesamt 17,41 Gigawattstunden pro Jahr an Stromeinsparungen ausgelöst wurden.

Tipps und Tricks für interessierte Institutionen

Die Webseite www.ecotopten.de ist nach wie vor ein wichtiges Medium für den nachhaltigen und klimaschonenden Konsum. Daher ist es sinnvoll, sie für den privaten oder öffentlichen Kauf von Gütern und Dienstleistungen einzusetzen.

Checkliste der Erfolgsfaktoren

- Anschauliche Darstellung der Gesamtkosten, die für das Produkt anfallen;
- Kooperation mit anderen Webseitenanbietern mit vergleichbaren Angeboten und Verzahnung der Angebote;
- Information der Verbraucherinnen und Verbraucher online und vor Ort.

Gesamtkosten darstellen

Eine verständliche Darstellung aller Kosten eines Gerätes während seiner Lebensdauer erzeugt die nötige Transparenz über den Mehrwert stromsparender und hochwertiger Produkte, die sich von der kurzlebigen Billigware absetzen. In der Klimaschutzkommunikation sollte dies generell stärker berücksichtigt werden.

Verknüpfung von Online-Informationen mit lokalen Informationen

Die vielfältige Kooperation mit etablierten Plattformen und einem sehr konkreten Mehrwert – zum Beispiel über die Verzahnung mit Produktkatalogen und lokalen Branchenbüchern – erleichtert Interessierten nicht nur das Finden des Produktes im lokalen Umfeld, sondern auch die Produktauswahl.

Klimaschutz braucht Initiative

Die Nationale Klimaschutzinitiative (NKI) des Bundesumweltministeriums unterstützt seit 2008 zahlreiche Projekte, die einen Beitrag zur Senkung der Treibhausgasemissionen leisten. Die Förderung erstreckt sich von der Entwicklung langfristiger Strategien bis hin zu konkreten Hilfestellungen und investiven Maßnahmen. Die guten Ideen aus den Projekten tragen dazu bei, den Klimaschutz vor Ort zu verankern. Hiervon profitieren Verbraucherinnen und Verbraucher, Kommunen, Unternehmen und Bildungseinrichtungen.

Impressum

Herausgeber: Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) Referat Öffentlichkeitsarbeit · 11055 Berlin · service@bmub.bund.de · www.bmub.bund.de

Redaktion: BMUB, Referat KI I 2 · Arepo Consult · Dezember 2017

Bildnachweise und Lizenzen: Bild (Logo/Kalender): © Öko-Institut e.V., www.ecotopten.de

Quellen: Die Zusammenfassung basiert auf dem Abschlussbericht des Projektes sowie auf weiteren Veröffentlichungen in Fachmedien.