KOOPERATIVE ANSÄTZE IM RAHMEN EINER INTEGRIERTEN PRODUKTPOLITIK

ÜBERLEGUNGEN ZUR GESTALTUNG VON PRODUKTFOREN

iöw

Baden-Württemberg
MINISTERIUM FÜR UMWELT UND VERKEHR

Herausgeber:
Ministerium für Umwelt und Verkehr Baden-Württemberg
Kernerplatz 9
70182 Stuttgart
Telefon: 0711/126 - 0
Telefax: 0711/126 - 2881
E-Mail: poststelle@uvm.bwl.de
Internet: www.uvm.baden-wuerttemberg.de

Projektleitung:
Ministerium für Umwelt und Verkehr Baden-Württemberg
Referat 21 – Grundsatzfragen der Umweltpolitik
Dr. Pascal Bader

Projektbearbeitung:
Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) gGmbH
Dr. Frieder Rubik, Michael Keil
Bergstraße 7
69120 Heidelberg
Telefon: 06221 - 64 91 60
Telefax: 06221 - 27 06 0
Internet: www.ioew.de

Gestaltung:
ecosense – media & communication
Mainzer Str. 23
50678 Köln
Internet: www.ecosense.de

Druck:
e. kurz + co
druck und medientechnik gmbh
Stuttgart

KOOPERATIVE ANSÄTZE IM RAHMEN EINER INTEGRIERTEN PRODUKTPOLITIK

ÜBERLEGUNGEN ZUR GESTALTUNG VON PRODUKTFOREN

Inhaltsverzeichnis

Vorwort 5

Einführung 6

1 Integrierte Produktpolitik – ein Überblick 8

2 Kooperationen zwischen Staat und Markt 12

3 Ziele von Produktforen 14

4 Auswahl von Produktgruppen für Produktforen 15

5 Ausgestaltung von Produktforen 17

5.1 Einführung 17

5.2 Einsetzung eines Produktforums 20

5.3 Klärung organisatorischer Aspekte 20

5.4 Arbeiten eines Produktforums 25

5.4.1 Prozedurale Aspekte 25

5.4.2 Themen eines Produktforums 26

5.5 Implementation der Ergebnisse 29

5.6 Monitoring 29

6 Merkpunkte 30

7 Literaturempfehlungen 31

8 Glossar 33

9 Kontakte, Internetquellen 34

Vorwort

Gebrauchsgüter sind die Grundlage unseres Wohlstands und unserer Lebensqualität. Sie sind aber gleichzeitig auch für Umweltbelastungen verantwortlich, die bei Herstellung, Konsum und Entsorgung entstehen. Wenn wir Wohlstand sichern und gleichzeitig die Umwelt erhalten wollen, müssen wir Produkte herstellen, die insgesamt, d.h. über ihren gesamten Lebensweg hinweg, umweltfreundlicher sind.

Dazu braucht es Kooperationen zwischen den Akteuren entlang der Produktlinie. Es geht dabei nicht nur um einen verbesserten Austausch umweltrelevanter Informationen in der Kette. In vielen Fällen lassen sich Umweltverbesserungen nur durch eine enge Zusammenarbeit zwischen Rohstofflieferanten, Produzenten und Recycling- bzw. Entsorgungsunternehmen erzielen.

Das im Rahmen der Integrierten Produktpolitik (IPP) entwickelte Instrument der Produktforen stellt hierfür einen hervorragenden Ansatz dar. Gleichzeitig nehmen sie durch die Beteiligung staatlicher Akteure eine Brückenfunktion zwischen Markt und Staat wahr.

Die vorliegende Broschüre zeigt auf, welche Fragen sich bei der Einrichtung eines Produktforums stellen, und gibt Entscheidungshilfen bei wichtigen Gestaltungsfragen. Wir möchten damit Anstöße für die Politik und Wirtschaft geben, die vielfältigen Chancen der Foren zu nutzen, und gleichzeitig einen Beitrag zur Fortentwicklung des Konzeptes der Integrierten Produktpolitik leisten.

Stefan Mappus MdL

Minister für Umwelt und Verkehr
des Landes Baden-Württemberg

Einführung

Entwicklung, Vermarktung, Distribution, Nutzung und Entsorgung von Produkten sind Herausforderungen für eine nachhaltige Entwicklung. Nachhaltige Entwicklung[1] – Sustainable Development – meint eine Entwicklung im Einklang mit den Entwicklungs- und Umweltbedürfnissen heutiger und zukünftiger Generationen. Bei der Gestaltung und Verbesserung des stofflichen Lebensweges von Produkten im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung sind Unternehmen, Verbände, der Handel, Umwelt- und Verbraucherorganisationen, staatliche Institutionen sowie Verbraucher und Verbraucherinnen gleichermaßen gefordert.

1) Der Begriff der Nachhaltigkeit stammt ursprünglich aus der Forstwirtschaft (englisch: Sustainable Development). Durch die Brundlandt-Kommission erhielt er 1987 eine weltweite Beachtung. Auf der internationalen Konferenz von Rio de Janeiro im Jahre 1992 verständigten sich 178 Staaten auf das Leitbild einer nachhaltigen Entwicklung.

In den vergangenen Jahrzehnten wurden in Deutschland bereits eine Vielzahl von Maßnahmen und Initiativen für einen produktbezogenen Umweltschutz ergriffen. Diese reichen von umweltgerechten Produktentwicklungen („Ökodesign"), über kommunikative Maßnahmen (wie etwa dem „Blauen Engel") hin zu Initiativen der Verbraucherberatung (etwa die Untersuchungen der Stiftung Warentest). Seit etwa fünf Jahren diskutiert man jedoch einen neuen, weiterführenden Ansatz. Das Konzept der „Integrierten Produktpolitik" strebt eine stärkere Kohärenz verschiedener produktpolitischer Maßnahmen an. Ziel einer Integrierten Produktpolitik ist die Reduktion der Umweltbelastungen von Produkten über ihren gesamten Lebensweg.

Das Konzept der Integrierten Produktpolitik betrachtet neben Produkten auch Dienstleistungen[2] und deren ökologische Eigenschaften während des gesamten Lebenswegs; sie zielt auf die Verbesserungen der jeweiligen ökologischen Eigenschaften ab und fördert hierzu Innovationen von Produkten und Dienstleistungen (vgl. Rubik 2002, 148).
IPP – so die griffige Abkürzung von Integrierter Produktpolitik – ist darüber hinaus in ein verändertes Verständnis des Verhältnisses zwischen Staat, Wirtschaft und zivilgesellschaftlichen Akteuren eingebettet. Es geht dabei um eine Unterstützung der Angebots- und Nachfrageseite des Marktes in ökologischer Absicht. Ziel ist es, mittel- bis längerfristig Produktionen von übermorgen mit den Innovationen von morgen und den Gestaltungsmöglichkeiten von heute zu verbinden. Neben „dem" Staat" oder „den" Unternehmen sind alle beteiligten Akteure gefordert, aktiv zu werden.

2) Im Weiteren soll der Begriff der Integrierten Produktpolitik sich stets auf Produkte und Dienstleistungen beziehen. Vereinfachend wird im Rahmen dieser Broschüre jedoch vor allem von Produkten gesprochen.

Im Rahmen dieser Broschüre soll es deshalb um die konkrete Ausgestaltung kooperativer Ansätze im Rahmen einer Integrierten Produktpolitik gehen. Diese – hier als „Produktforen" bezeichneten Einrichtungen – haben unter verschiedenen anderen Namen in den letzten Jahren bereits auch überregional Beachtung gefunden.[3]

3) Hervorzuheben sind die so genannten „Product Panels" (Dänemark), „Produktgremien" (Bayern) und „Pilotprojekte" (Baden-Württemberg). Vgl. hierzu Kapitel 5.

AN WEN RICHTET SICH DIESE BROSCHÜRE?

Die vorliegende Broschüre stützt sich auf die Auswertung einer Reihe von Projekten aus dem Bereich der Integrierten Produktpolitik. Sie richtet sich an Interessierte aus

- Politik und Verwaltung
- Unternehmen und Verbänden
- Wissenschaft und Politikberatung
- Nichtregierungsorganisationen.

Die Broschüre will informieren und denjenigen, die mehr über den kooperativen Ansatz einer IPP wissen wollen, wichtige Hinweise zur konkreten Ausgestaltung geben. Sie versteht sich daher auch als ein Stück konkreter Hilfestellung.

ZUM INHALT DIESER BROSCHÜRE

Die Broschüre setzt den Schwerpunkt auf die Beschreibung der konkreten Ausgestaltung eines Produktforums. Darüber hinaus werden wichtige Informationen im Anhang (Adressen, Internetportale) das Angebot ergänzen. Nachdem in

Kapitel 1 geklärt wurde, welche Rahmenbedingungen für die zunehmende ökologische Bedeutung eines produktpolitischen Schwerpunktes verantwortlich sind, soll ein Überblick über die historische Entwicklung der IPP auf europäischer und nationaler Ebene gegeben werden.

In **Kapitel 2** wird der Ansatz der kooperativen IPP vorgestellt und erläutert. Kooperationen zwischen den Akteuren im Rahmen einer IPP müssen als eine Antwort auf die begrenzte Problemlösungsfähigkeit des Staates und des Marktes betrachtet werden.

Kapitel 3 wird die Hintergründe und Ziele von Produktforen darstellen. Um zu beantworten, welche Kriterien bei der Auswahl von Produkten bzw. Produktgruppen eine vorrangige Rolle spielen, werden in **Kapitel 4** Kriterien zur Auswahl entwickelt. Ein kurzer Überblick über Studien, die in diesem Zusammenhang von Nutzen sein können, ergänzt dieses Kapitel. Zentrum der vorliegenden Broschüre bildet das **Kapitel 5**. Hier soll ausführlich auf wichtige Aspekte bei der Organisation und Durchführung von Produktforen eingegangen werden. Es wird zwischen der Einsetzung eines Produktforums und verschiedenen Typen (Kap. 5.2), der Klärung organisatorischer Aspekte (Kap. 5.3), dem konkreten Arbeiten in einem Forum (Kap. 5.4), der Ergebnisimplementation (Kap. 5.5) sowie dem Monitoring (Kap. 5.6) unterschieden.

Kapitel 6 schafft mit der Zusammenstellung so genannter „Merkpunkte" nochmals eine wichtige Hilfestellung für die Planung und Umsetzung von Produktforen.

Literaturverzeichnis (**Kapitel 7**), Glossar (**Kapitel 8**), Hinweise zu Internetquellen sowie einem Adressteil von wichtigen Einrichtungen (**Kapitel 9**) bilden den Abschluss dieser Broschüre.

Wir möchten im folgenden wichtige Hinweise zur Arbeit mit Produktforen geben; wir konzentrieren uns auf Produktforen, deren Einrichtung auf **staatliche Initiativen** zurückgeht.

1 Integrierte Produktpolitik – ein Überblick

WARUM SIND PRODUKTE AUS ÖKOLOGISCHER SICHT WICHTIG?

Umweltpolitik orientierte sich jahrzehntelang an den Umweltbelastungen aus Produktionsprozessen. In den vergangenen Jahren hat jedoch die produktpolitische Sichtweise an Bedeutung gewonnen. Folgende Gründe sind hierfür verantwortlich:

- **Zunehmender Anteil produkt- und dienstleistungsverursachter Umweltbelastungen:** Aufgrund des wirtschaftlichen Strukturwandels[4] und den Erfolgen der prozessbezogenen Umweltpolitik konnten Umweltbelastungen verringert werden. Gleichzeitig wuchs die relative Bedeutung der auf Produkte und Dienstleistungen zurückführbaren Umweltbelastungen. Deren absolute umweltpolitische Bedeutung nimmt aufgrund des Anstiegs des privaten Konsums auch heute noch zu.
- **Verlagerung von standortbezogenen Emissionen auf weiträumige und diffuse Quellen:** Spätestens seit der internationalen Konferenz von Rio de Janeiro im Jahre 1992 entstand ein internationales Bewusstsein für den weiträumigen und damit globalen Charakter der Umweltinanspruchnahme und -zerstörung. Zudem haben die Erfolge im produktionsprozessbezogenen Umweltschutz die Aufmerksamkeit für diffuse und kleinere Emissionsquellen erhöht.
- **Produkte als Globetrotter:** Parallel zur Globalisierung der Umweltprobleme findet auch eine immer stärkere weltwirtschaftliche Integration der Lieferbeziehungen statt; nur wenige Produktlebenswege sind auf ein einziges Land beschränkt. Diese Entwicklung zeigt sich vor allem durch die in den 90er Jahren dramatisch vorangeschrittene Globalisierung der Welthandelsströme.
- **Einbezug des gesamten stofflichen Lebensweges:** Die wachsende Bedeutung von Produkten und Dienstleistungen im Rahmen umweltpolitischer Erwägungen lässt sich speziell durch die Verantwortungsanteile entlang einzelner Lebenswegphasen illustrieren. Die Rolle des Ge- und Verbrauchs – d.h. des Konsums der privaten Haushalte – hat erheblich zugenommen. Eine Reihe von Ökobilanzstudien hebt auf die Dominanz der Umweltbelastung durch Produktnutzung im Vergleich zur Produktherstellung bei längerlebigen Produkten ab.[5]
- **Quellen und Senken:** Der Zusammenhang von Umweltproblemen und wirtschaftlicher Entwicklung lässt sich in systemischer Weise entlang des Lebensweges von Produkten verfolgen; hierbei richtet sich der Blick einerseits auf die Rohstoffgewinnung – die Quellen – und andererseits über verschiedene Transformationsstufen hin auf die Entsorgung – die Senken. Die Verbindung zwischen Quellen und Senken stellt dabei Produkte und Dienstleistungen als gewünschtes Resultat wirtschaftlicher Prozesse dar.
- **Umweltrelevante Produktdifferenzierungsstrategien in gesättigten Märkten:** Die Entwicklung von Produkten ist von einer wachsenden Differenzierung durch zusätzliche Leistungsmerkmale gekennzeichnet, die besonders in gesättigten und stagnie-

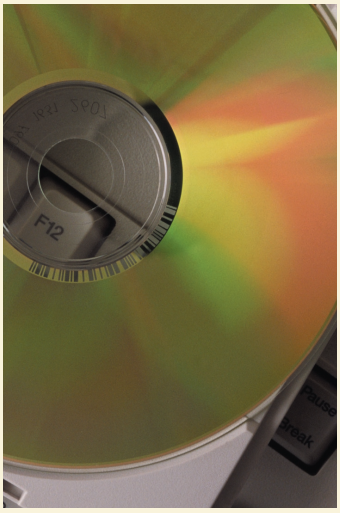
4) Zunahme der Dienstleistungsbranchen im Verhältnis zum sekundären Sektor.

5) Dies zeigt das Beispiel Waschmaschinen: Der Anteil der auf die Nutzung zurückzuführenden Umweltbelastungen einer Waschmaschine über ihren gesamten Lebensweg hinweg liegt bei über 90 Prozent im Falle des Wasser- und Energieverbrauchs sowie der Luft- und Wasseremissionen (vgl. PA Consulting 1992, 37f.).

renden Märkten an Bedeutung gewinnt. Die Umwelt wird hierdurch zusätzlichen Belastungen ausgesetzt. Illustrieren lässt sich diese Entwicklung an den beträchtlichen Ausweitungen der technischen Ausstattungen von Gebrauchsgütern, welche Konsumenten und Konsumentinnen nicht immer ausnutzen.

- **Innovation und Diffusion:** Durch Innovationsprozesse entstehen ständig neue Produkte, die auf den Märkten ihre Chance suchen und bei einer erfolgreichen Einführung die Märkte durchdringen. Andere Produkte werden zum Teil verdrängt.[6] Daraus resultieren beständige Möglichkeiten wie Herausforderungen für Produktgestaltung und -design, die auch in ökologischer Absicht mobilisiert werden können.

6) Ein gutes Beispiel ist der Musikkonsum: Früher nutzte man Schallplattenspieler. Diese wurden von CD-Playern ersetzt, die mittlerweile durch DVD-Spieler verdrängt werden. Allerdings macht dieses Beispiel auch deutlich, dass eventuell im häuslichen Gebrauch keine Substitution erfolgt, da die Geräte vielfach auch komplementär genutzt werden.



ZUR ENTWICKLUNG EINER INTEGRIERTEN PRODUKTPOLITIK AUF EUROPÄISCHER EBENE

Die Hinwendung der Umweltpolitik zu produktbezogenen Fragestellungen ist nicht vollständig neu. Die Europäische Union (EU) hat im Bereich des produktbezogenen Umweltschutzes in der Vergangenheit diverse Maßnahmen ergriffen. Beispiel hierfür ist u.a. die Entwicklung des EU-Umweltzeichens. Derartige Vorstöße waren jedoch weitestgehend singulärer Natur. Mittlerweile hat sich die Erkenntnis durchgesetzt, dass es eines neuen integrierenden und zugleich systematisierenden Ansatzes bedarf: Diese Idee ist in den letzten Jahren unter dem Stichwort einer „Integrierten Produktpolitik“ (IPP) bekannt geworden.

Der Begriff „Integrierte Produktpolitik“ (IPP) wurde in einem Gutachten (E&Y 1998) im Auftrage der Generaldirektion (DG) Umwelt der Europäischen Kommission eingeführt. Das Gutachten löste eine intensive Diskussion innerhalb verschiedener gesellschaftlicher Anspruchsgruppen aus. Auf einem „Informellen EU-Umweltministerrat“ im Mai 1999 wurde IPP als ein zukünftiger Arbeitsschwerpunkt identifiziert. Die Kommission erhielt daraufhin von den EU-Umweltministern den Auftrag, das Konzept weiter auszuarbeiten.

Im Februar 2001 legte die DG Umwelt ein politisches Diskussionspapier zu einer IPP in Form eines „Grünbuchs“ vor (Europäische Kommission 2001a). Ziel einer Integrierten Produktpolitik sollte demnach die Reduktion der Umweltbelastungen von Produkten während ihres gesamten Lebenswegs sein; abgehoben wurde dabei auf die Nutzung der Marktkräfte als Leitprinzip. Voraussetzung für die Umsetzung, so die Kommission, sei die Verbesserung der ökologischen Orientierung der Angebots- wie auch Nachfrageseite.

Die EU-Umweltminister unterstützten im Juni 2001 das Grünbuch und empfahlen der Kommission, das IPP-Konzept mit speziellen, nach Prioritäten abgestuften Umsetzungsmaßnahmen zu konkretisieren, die den Nutzen der IPP zum Ausdruck bringen. Auch das EU-Parlament hat in einer Anhörung im Oktober 2001 das Grünbuch diskutiert und im Januar 2002 eine kritische Stellungnahme abgegeben.

Eingang hat IPP darüber hinaus in das 6. Umweltaktionsprogramms der DG Umwelt gefunden. Das bis 2010 angelegte Programm greift IPP mehrfach auf. In seinem Beschluss zum Umweltaktionsprogramm stimmte der Europäische Rat mit Blick auf den Umgang mit natürlichen Ressourcen darin überein, „dass die integrierte Produktpolitik der EU, die auf eine Verringerung des Ressourcenverbrauchs und der Umweltauswirkungen des Abfalls abzielt, in Zusammenarbeit mit der Wirtschaft umgesetzt werden sollte". Daneben wird die IPP auch in der EU-Strategie für eine nachhaltige Entwicklung aufgegriffen.

Im Juni 2003 veröffentlichte die Kommission eine Mitteilung zur IPP (Europäische Kommission 2003); darin wurden neue, teilweise modifizierte Überlegungen der Kommission zur IPP vorgestellt und die IPP in den Kontext einer nachhaltigen Entwicklung gebracht. Die von der Kommission vorgeschlagenen Maßnahmen beruhen dabei auf fünf Grundsätzen:

- Denken in Lebenszyklen von Produkten
- Zusammenarbeit mit dem Markt
- Einbeziehung aller am Lebenszyklus beteiligten Akteure
- Unterstützung kontinuierlicher stofflicher Verbesserungen
- Berücksichtigung unterschiedlicher politischer Instrumente.

Ausgehend von diesen Grundsätzen schlägt die Kommission zwei Maßnahmenbündel vor:

- „Schaffung der Rahmenbedingungen für die laufende Verbesserung der Umwelteigenschaften aller Produkte während ihres gesamten Lebenszyklus (Herstellung, Verwendung und Entsorgung)
- Schwerpunktmäßige Ausrichtung auf Produkte mit den größten Möglichkeiten für umweltbezogene Verbesserungen" (Europäische Kommission 2003, 8).

SCHWERPUNKTMÄßIGE AUSRICHTUNG AUF BESTIMMTE PRODUKTE

In der Mitteilung werden folgende Maßnahmen angekündigt:

- Durchführung mehrerer freiwilliger Pilotprojekte zur Untersuchung und Demonstration des Nutzens einer IPP
- Erarbeitung und Anwendung einer Methodik zur Identifizierung der Umweltverbesserungspotentiale von Produkten und deren Priorisierung

SCHAFFUNG VON RAHMENBEDINGUNGEN

In der Mitteilung werden eine Reihe rahmensetzender Maßnahmen vorgeschlagen:

- Förderung von Umweltsteuern und -anreizen um gerechte Preise zu ermöglichen
- Erarbeitung von Kriterien zur Identifikation umweltschädlicher Subventionen
- Überprüfung des politisch-rechtlichen Rahmens von Umweltvereinbarungen
- Erlass von Rechtsvorschriften bei Marktstörungen oder Beeinträchtigungen des Binnenmarkts (z.B. im Bereich der Abfall- und Chemikalienpolitik)
- Erarbeitung eines Diskussionspapiers über Möglichkeiten zur Förderung der Umsetzung des IPP-Konzeptes in Unternehmen
- Mobilisierung des öffentlichen Beschaffungswesens
- Koordination und Bereitstellung einer Internetplattform zu Ökobilanzdaten
- Erarbeitung von Leitlinien zur Behandlung von Produkten im Rahmen von EMAS (Umweltmanagementsystem)
- Erweiterung der Anwendungsbereiche des EU-Umweltzeichens und der Energieetikettierung.

IPP IN DEUTSCHLAND

Maßnahmen des produktbezogenen Umweltschutzes reichen in Deutschland bis in die 70er Jahre zurück. Beispiele hierfür sind die Entwicklung des Umweltzeichen „Blauer Engel" oder das DDT-Verbot. Neuere Initiativen der 90er Jahre waren verschiedene

Rücknahmeverordnungen bzw. -entwürfe, die Arbeiten der Enquête-Kommissionen des Deutschen Bundestags „Schutz des Menschen und der Umwelt“ und des Umweltbundesamts zu Ökobilanzen und Stoffstrommanagement. Durch die Vielzahl von Ansätzen, Zugangsweisen und Instrumenten konnten sich bereits gewisse „Traditionen“ herausbilden; was fehlt, ist jedoch ein konzeptionelles Gerüst und eine Systematisierung.

Ein für die deutsche IPP-Diskussion bemerkenswertes Ereignis war der Workshop „Perspektiven des produktbezogenen Umweltschutzes“, den das BMU und der BDI am 1. Februar 2000 gemeinsam veranstaltet haben. Gemeinsamkeiten ergaben sich vor allem in der Bewertung der Ausgangslage. Folgende drei Schlüsselelemente einer erfolgreichen Integrierten Produktpolitik wurden identifiziert:

- Integration
- Kooperation
- Kommunikation.

Im europäischen Vergleich zählt Deutschland aufgrund seiner umweltpolitischen „Tradition“ und der Vielfalt an instrumentellen Zugängen zu den Vorreitern einer IPP. Erste Ansätze zur Schaffung von Produktforen – Kooperationen von unterschiedlichen Akteuren einer Produktgruppe mit dem Ziel, Produktions- und Konsummuster ökologisch zu verändern – zeigen die Aktivitäten des Umweltbundesamtes der letzten Jahre im Bereich des Blauen Engels. Daneben sind noch Maßnahmen des Umweltbundesamts im Bereich der Förderung eines nachhaltigen Konsums zu nennen.

Eine besondere Bedeutung bei der Entwicklung einer Integrierten Produktpolitik in Deutschland kommt den Bundesländern zu. Diese haben eine Reihe von IPP-Initiativen ergriffen. Baden-Württemberg führte in den vergangenen Jahren Pilotprojekte im Bereich Papier (Frings et al. 2002) und Textilien (Keil/Rubik 2004) durch. Neben Baden-Württemberg ist auch Bayern zu nennen, das Mitte 2003 bereits über zwölf verschiedene IPP-Projekte (u.a. IPP in der Medizintechnik oder IPP in Marketingkonzepten) in Auftrag gegeben hat.[7] Weitere Bundesländer – wie etwa Nordrhein-Westfalen, Thüringen oder Niedersachsen – haben ebenfalls einzelne Maßnahmen durchgeführt.

7) Ein Überblick findet sich auf der Webseite htttp://www.ipp-bayern.de.

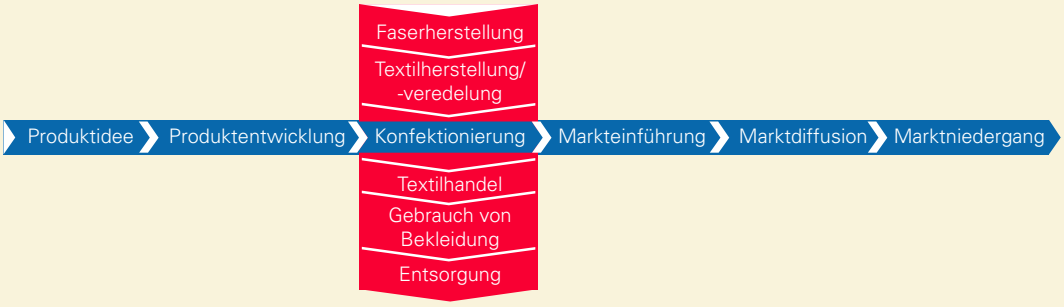


Abb. 1: IPP-Ansatzpunkte am Beispiel der textilen Kette

2 Kooperationen zwischen Staat und Markt

Märkte sind ein gutes Mittel, ökonomische Aktivitäten zu organisieren und zu strukturieren. Durch die „unsichtbare Hand“ (Adam Smith) kann es zu einer „schöpferischen Zerstörung“ – wie dies einmal Schumpeter genannt hat – kommen. Märkte sind sensibel und bringen stetig neue Lösungen und Innovationen hervor. Allokationsprozesse erfolgen nach den Präferenzen der daran beteiligten Akteure. Märkte haben jedoch auch ihre Probleme – die Fachleute sprechen von einem „Marktversagen“: Beispiele sind die unzureichende Bereitstellung öffentlicher Güter, der Schutz der Umwelt, der Umgang mit Informationsdefiziten sowie die Bewahrung vor Monopolen.

Eine zentrale Rolle nimmt in diesem Zusammenhang oftmals der Staat ein, dessen Aufgabe es ist, für das Funktionieren von Märkten zu sorgen oder öffentliche Leistungen zu erbringen, wie etwa Sicherheit & Verteidigung. In der Vergangenheit wurde Politik zumeist als eine interventionistische, hierarchische Angelegenheit betrachtet, mit einem starken Staat, welcher der Zivilgesellschaft und den Märkten klare Rahmenbedingungen setzt. Allerdings sind auch dem Staat Probleme immanent, wie etwa Informationsdefizite, Anpassungskosten, Bürokratie, Ineffizienz – hier sprechen Fachleute von einem „Staatsversagen“.

Seit den 70er Jahren zeichnet sich eine allgemeine politische Blickwende hin zu Elementen gesellschaftlicher Selbststeuerung ab. Der Heidelberger Politikwissenschaftler von Beyme (1991) beispielsweise bezeichnet diese Entwicklung als Übergang von einer zentralen (staatlichen) Steuerung zu einer Selbststeuerung, die auf eine Kooperation mit und zwischen den (zivil-)gesellschaftlichen Akteuren zielt. Verstärkt wird diese Tendenz durch die Zunahme der Komplexität einzelner Politikfelder.

Die hier beschriebenen allgemeinen Entwicklungen in Markt und Staat beeinflussen auch den Bereich der Integrierten Produktpolitik. In diesem Politikfeld lässt sich ein strukturell bedingtes Staatsversagen ausmachen. Vier wichtige Gründe hierfür sind:

- Die regulatorisch ausgerichtete umweltpolitische Steuerungsstrategie, einzelfallbezogen Emissionen größerer stationärer Quellen zu begrenzen, stellt mittlerweile bereits aufgrund der Menge, der Entwicklungsdynamik sowie der Wechselwirkungen von Emissionen und Stoffen eine strukturelle Überforderung der Umweltpolitik dar.
- Systemisch bedingt können die Allokationskalküle und -entscheidungen der einzelwirtschaftlichen Akteure nicht vorhergesehen werden. Weder empirisch noch theoretisch kann der Staat sich das notwendige Systemwissen über mikroökonomische Entscheidungen und Verhaltensweisen beschaffen.
- Selbst unter der Annahme, dass es kein Informationsdefizit gibt, stellt sich eine weitere unüberwindbare Hürde: Wenn dem Staat alle produktbezogenen Informationen

übermittelt werden würden, sähe sich dieser einer nicht zu bewältigenden Informationsflut ausgesetzt, deren umweltpolitisch-rationale Strukturierung praktisch unmöglich wäre.

- Hinzu kommt noch erschwerend, daß eine Informationsweitergabe an staatliche Einrichtungen durch Unternehmen nur teilweise stattfinden wird, da vielfach betrieblich sensible Informationen weitergegeben werden müßten.

Politik im Allgemeinen und somit IPP im Speziellen sind nicht in der Lage, die dezentralen Suchprozesse der Marktakteure nach neuen Lösungen und nach Innovationen auf der Angebots- und Nachfrageseite zu beurteilen. Die Rolle einer IPP ist begrenzt auf die Nutzung der Innovationsprozesse als Hebel, einen ökologischen Strukturwandel zu unterstützen. IPP hat sich deswegen an den Akteuren auf der Angebots- und Nachfrageseite zu orientieren und diese zu unterstützen.

Eine Integrierte Produktpolitik kann somit nicht gegen den Markt realisiert werden, sondern nur mit ihm. Sie darf sich aber auch nicht allein auf den Markt verlassen. Vielmehr ist dieser mit Bezug auf ökologische Ziele zu unterstützen: Weder Markt noch Staat sind hierzu allein in der Lage. Nur gemeinsame Anstrengungen führen zum Erfolg.

Legt man diese Annahme zu Grunde, sind Kooperationen zwischen Akteuren notwendig. Was sind aber Kooperationen? In der Literatur gibt es eine Vielzahl von Definitionen.[8] Grundlegende Merkmale sind:

- freiwillige Zusammenarbeit
- rechtlich unabhängige Partner
- prinzipielle Unabhängigkeit
- gleichgerichtete Zielrichtungen
- zeitliche Befristung.

8) Vgl. im Überblick Balling (1997) und Friese (1998).

Konstituierende Merkmale von Kooperationen sind Autonomie und Interdependenz (Rotering 1993, 7). Kooperationen sind gerade in der Wirtschaft ein Mittel, marktliche und hierarchische Koordinationsformen (feste Konzernzusammenarbeit) durch freiere Formen zu ergänzen. Sie können und sollen jedoch nicht den Wettbewerb ersetzen.

Im Zusammenhang mit Integrierter Produktpolitik werden Kooperationen als eine Antwort auf die begrenzte Problemlösungsfähigkeit des Staates und des Marktes angesehen. Für IPP sollen Kooperationen als Gestaltungschancen begriffen werden. Kooperationen in einem Themenfeld oder einer Produktgruppe schaffen neue Zugänge und bringen Akteure zusammen.

Kooperationen im Bereich der Integrierten Produktpolitik werden im Rahmen dieser Broschüre als **Produktforen** bezeichnet.

3 Ziele von Produktforen

Produktforen nehmen konzeptionell eine Brückenfunktion zwischen Markt und Staat wahr: Sie reflektieren den kooperativen Politikansatz und gründen sich auf Interaktionsprozesse zwischen den beteiligten Akteuren. Sie beruhen auf zwei sozialen Mechanismen – Lernen und Verhandeln.

LERNEN

Das Zusammentreffen der an einem Produktforum Beteiligten eröffnet die Möglichkeit, soziale Interaktionsprozesse zwischen den Akteuren in Gang zu setzen. Diese können Lernprozesse ermöglichen, neues Wissen und Verständnis generieren sowie neue Zugangs- und Lösungswege aufzeigen. Denkbar ist auch, dass ein kritischer Diskurs angestoßen wird, der die manchmal anzutreffende selbstreferentielle Orientierung der Akteure vermindern hilft.

Hintergrund dieses Vorgehen bildet die Annahme, dass Problemsichten und Lösungsideen von den Teilnehmern und Teilnehmerinnen unterschiedlich beurteilt werden. Über einen Dialogprozess ist es möglich, neue Einsichten, Wahrnehmungen und – möglicherweise – auch Lösungsansätze zu generieren. Diese beruhen auf einem Verständnis der gegenseitigen Positionen und Probleme: Zivilgesellschaftliche Akteure und Unternehmen können Einblicke in umweltpolitische Prioritäten und Maßnahmen erhalten, während umgekehrt die Vertreter und Vertreterinnen staatlicher Einrichtungen einen Einblick in die Wirkungen von (umwelt-)politischen Maßnahmen bei der Wirtschaft bekommen können. Allerdings gilt es hierbei eine Reihe von „Spielregeln“ zu akzeptieren. Kapitel 5.4.1 wird auf diesen Aspekt ausführlicher eingehen.

VERHANDELN

Die Komplexität der ökologischen Herausforderungen entlang des stofflichen (wie auch ökonomischen) Produktlebensweges erfordert eine Zusammenarbeit bzw. Aufgabenteilung zwischen unterschiedlichen Akteuren. Diese verfügen meist über jeweils spezifische Problemlösungskapazitäten und -instrumente.

Produktforen werden nicht nur um das gegenseitige Kennenlernen und dem Verständnis willen durchgeführt. Sie dienen vor allem auch dem Zweck, Lösungsbeiträge für bestehende Probleme zu entwickeln. Es sollte zu Verhandlungen sowie Transaktionen von Zugeständnissen und Zusagen kommen – also zu einem Ausgleich der Interessen und Ziele der Beteiligten. Im Rahmen des Verhandelns wird es auch darum gehen, allgemeine Ziele – etwa das der Nachhaltigkeit – auf die in einem Produktforum behandelte Produktgruppe anzuwenden und die dann notwendigen Prioritäten auszuhandeln.

Produktforen sollen den kooperativen Ansatz ausfüllen und eine ökologisch austarierte Ausrichtung von Produktions- und Konsummustern unterstützen. Insgesamt könnten sie einen Beitrag zur Agenda 21 von Rio de Janeiro (1992) und zur Erfüllung der Verpflichtungen von Johannesburg (2002) leisten.

4 Auswahl von Produktgruppen für Produktforen

Wie wählt man geeignete Produktgruppen für die Schaffung von Produktforen aus? Bieten sich alle Produkte gleichermaßen an? Die Auswahl von geeigneten Produktgruppen muss nicht allein aus ökologischer Perspektive erfolgen.[9] Folgende Kriterien für die Auswahl und Abgrenzung sind zu nennen:

ökologische Relevanz

- Menge,
- Toxizität,
- ökologische Entlastungspotentiale;

ökonomische Relevanz

- inländische Erzeugung,
- inländische Wertschöpfung;

soziale Relevanz

- Beschäftigtenzahl,
- Einhaltung von Grundrechten der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO);

IPP-Relevanz

- Instrumentenmix,
- Innovativität,
- Instruktivität;

politische Relevanz

- Zugang Akteure,
- emotionale Symbolhaftigkeit,
- bestehende Erfahrungen
- politisches „Klima";

Transferpotenzial und Übertragbarkeit auf andere Bereiche.

Sicherlich sind weitere Kriterien denkbar. Die hier vorgenommene Zusammenstellung soll jedoch helfen, den Auswahlprozess zu erleichtern. Wichtig ist, sich am gesamten stofflichen Produktlebensweg zu orientieren und nicht nur einen kleinen Ausschnitt zu wählen. Die Ausgestaltung und empirische Unterlegung des Kriterienkataloges ist jedoch äußerst komplex und wird sich immer wieder auch an pragmatischen Überlegungen orientieren, um den Datenerhebungsaufwand zu begrenzen.

Erfahrungen mit Prioritätensetzungen zur Auswahl geeigneter Produktgruppen wurden in den vergangenen Jahren bereits im europäischen Ausland und auch in Deutschland gemacht:

- 1995 wurde in Dänemark eine Studie (Hansen 2003) durchgeführt, in der Produktgruppen anhand der Indikatoren Energieverbrauch entlang des Lebenswegs und Ressourcenverlust eingeordnet wurden.
- Schweden, das mit Blick auf eine IPP als führendes Land gilt, hat die dortige Umweltbehörde mehrere Studien durchführen lassen (SWEPA 2002a und 2002b, Carlsson et al. 2002). In diesen wurden Faktoren wie der Strom- und Kraftstoffverbrauch, die damit verbundenen Emissionen von CO2, NOx und SO2, sowie der Einsatz chemischer Substanzen mit kanzerogenen, mutagenen, toxischen und sensibilisierenden Eigenschaften als mögliche Indikatoren zur Prioritätensetzung betrachtet. Die Umweltbehörde hat – beruhend auf dem Stromverbrauch und den Emissionen – folgende Produktgruppen als prioritär eingestuft: Kokerei/Mineralölverarbeitung (inkl. Herstellung und Verarbeitung von Spalt- und Brutstoffen), Energieversorgung, Baugewerbe, Handel (Groß- und Einzelhandel, inkl. Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen und Gebrauchsgütern), Ernährungsgewerbe sowie Grundstücks- und Wohnungswesen.[10]
- Auch in Belgien wurden eine Vielzahl

9) In einer belgischen Studie (Institut Walloon/VITO 2002) wurden fünf Stufen unterschieden: Funktionsklassen, Funktionsgruppen, Produktkategorien, Endprodukte sowie Verbrauchsmaterialien/Ersatzteile.

Das Statistische Bundesamt hat ein Güterverzeichnis für Produktionsstatistiken – Ausgabe 2002 – (Statistisches Bundesamt 2001) erstellt und dabei eine Gliederung der Gütergruppen vorgenommen; dabei wird eine dezimalsystembasierte Systematisierung eingeführt. Diese unterscheidet 30 zweistellige Güteranteilungen, 116 dreistellige Gütergruppen, 206 vierstellige Güterklassen, 564 fünfstellige Güterkategorien, 1.204 siebenstellige Güterunterkategorien sowie 6.147 neunstellige Güterarten.

10) Die Einordnung und Abgrenzung der Produktgruppen folgt dabei der NACE-Klassifizierung der europäischen Statistikbehörde eurostat (NACE Rev. 1 Statistische Systematik der Wirtschaftszweige in der Europäischen Gemeinschaft - CA-80-93-436-EN-C).

von Produktgruppen analysiert (Institut Walloon/VITO 2002). Die Intensität des Ressourceneinsatzes (Material-, Energie- und Wasserintensität) wurde hier als ein erstes entscheidendes Kriterium zu Grunde gelegt. Nach dieser ersten Auswahl wurden für die ressourcenintensivsten Produktgruppen zentrale In- und Outputströme (Rohstoffverbräuche, Abfallströme sowie Luft- und Wasseremissionen) erfasst. Ergebnis: Bauen & Wohnen, Transport, Verpackungen, elektrische Anwendungen (z.B. Kühlgeräte, Klimaanlagen) sowie Bürogeräte (z.B. Computer, Kopiergeräte) erwiesen sich als die größten Verbrauchsgruppen und damit als Ansatzpunkte für IPP.

Vergleichbare Studien mit einem deutschen bzw. gesamteuropäischen Bezug liegen noch nicht vor. Eine Reihe von Untersuchungen in Deutschland werfen jedoch einen Blick auf verschiedene inländische Bedarfsfelder und nehmen dabei Prioritätensetzungen vor:

- In einer gemeinsamen Studie des BUND/Misereor (1996) wurden sieben prioritäre Bereiche ermittelt. Diese waren Wohnen, Ernährung, Bekleidung, Gesundheit, Bildung, Freizeit sowie gesellschaftliches Zusammenleben.
- Das Umweltbundesamt (UBA 1997) hat im Rahmen einer Studie entlang der menschlichen materiellen Grundbedürfnisse vier gesellschaftliche Bedürfnisfelder (Nahrung, Kleidung, Wohnen sowie Mobilität) identifiziert. In einer Fortschreibung dieser Überlegungen (UBA 2002) wurden zusätzlich die Bereiche Tourismus, Industrie und natürliche Ressourcen aufgenommen, ohne bei dieser Prioritätensetzung explizit auf Indikatoren Bezug zu nehmen.
- Das Öko-Institut hat für Deutschland die zehn aus Umweltsicht wichtigsten Produktgruppen auf der Basis von Ökobilanzen ermittelt (Grießhammer/ Möller 1999). Ziel war es nicht nur den Konsum, sondern vor allem auch die Herstellung der Produkte mit einzubeziehen. Die Freiburger Studie ergab, dass etwa zwei Drittel des bundesdeutschen Ressourcen-Verbrauchs und der Umweltbelastung zunächst auf die Bedürfnisfelder Wohnen, Mobilität, Lebensmittel und Informations- und Kommunikationsgeräte und auf die großen Haushaltsgeräte Kühl- und Gefrierschränke, Herde, TV/Video, Waschmaschinen/Wäschetrockner, Spülmaschinen und schließlich Textilien zurückzuführen sind.

Einige Problempunkte, die sich aus den vorliegenden Studien ableiten lassen, sind:

- die Berücksichtigung des stofflichen Lebensweges, insbesondere der Phase der Produktnutzung
- die Abgrenzung zwischen Vor- und Endprodukten (Gütern zur letzten Verwendung)
- eine Zuordnung von Vorprodukten zu Endprodukten
- der Einbezug von Importen und Exporten, d.h. im Ausland anfallender Umweltbeeinflussungen
- die Einteilung und Zusammenfassung der Produktgruppen
- die Auswahl ökologischer Kriterien anhand von Leitindikatoren; Abgrenzung von der Komplexität von Ökobilanzen
- die Verfügbarkeit von Daten
- eine Spanne von Datenunsicherheiten
- der berücksichtigte zeitliche Orientierungsrahmen
- der räumliche Bereich, der in einem Produktforum repräsentiert und untersucht wird.

5 Ausgestaltung von Produktforen

5.1 Einführung

Im In- und Ausland wurden bereits Erfahrungen mit der Umsetzung von Produktforen gemacht. Diese sollen an dieser Stelle kurz skizziert werden. Obwohl verschiedene Bezeichnungen verwendet werden, ist diesen Ansätzen die Idee eines kooperativen Vorgehens gemeinsam. Erfahrungen mit Produktforen liegen somit in beträchtlichem Umfang vor, auch und gerade, wenn man verwandte kooperative Ansätze mit einbezieht. [11]

- **Dänemark:** Die „Blaupause" für Produktforen stammt aus Dänemark, wo seit 1998 „Product Panels" in den Bereichen Textilien, Transport, Elektronik, Baumaterialien und Nahrungsmittel durchgeführt wurden. Diese wurden vor Kurzem um die Panels „Handel" und „Beschaffungswesen" erweitert.
- Niederlande: In den Niederlanden wurden Projekte zu drei Produktgruppenfelder Bekleidung, Ernährung (Fleischersatzprodukte, Fisch, biologische Produkte) sowie Inneneinrichtung (Möbel und Beleuchtung) ins Leben gerufen.
- **Norwegen:** Bereits 1999 wurde ein Pilotprojekt zu dem Produktfeld Farben und Lacken initiiert; zwei weitere Projekte zu Textilien und Bauen/Wohnen wurden mittlerweile begonnen.
- **Schweden:** Auf Initiative des schwedischen Umweltministeriums wurde ein Umweltbeirat („Environmental Advisory Council") eingerichtet. Dieser initiierte seinerseits die Diskussionsforen „Bauen & Leben" sowie „zukünftige Handelsformen", die beide vergleichbar mit Produktforen sind.
- **Baden-Württemberg:** Das baden-württembergische Ministerium für Umwelt und Verkehr setzte in den Jahren 2001-2002 ein Pilotprojekt zu Papier (Frings et al. 2002) und 2002-2003 ein weiteres zur textilen Kette um (Rubik/Keil 2003). Letzteres schuf den Rahmen für die hier vorliegende Broschüre.
- **Niedersachsen:** Von 1999 bis 2002 behandelte innerhalb einer Regierungskommission ein Arbeitskreis den Aspekt der Produktverantwortung und analysierte dabei anhand des Beispiels „Reifen" das Thema IPP (Kommission der niedersächsischen Landesregierung 2002).
- **Bayern:** Auf Initiative des bayerischen Umweltministeriums wurden im Sommer 2002 zwei sogenannte Produktgremien eingesetzt. Diese sollen anhand der Beispiele „Küche" sowie „Sportschuhe" die Möglichkeiten einer Zusammenarbeit von Akteuren entlang des Lebensweges erproben.
- **Nürnberg:** Zusammen mit der Stadt Nürnberg haben verschiedene Unternehmen und Beratungseinrichtungen gemeinsam einen Leitfaden zum Management einer ökologischen Produktentwicklung erarbeitet („COUP 21").
- **EU:** Die EU-Kommission plant Anfang 2004 zwei Pilotprojekte ins Leben zu rufen, die auf dem Gedanken der Produktforen aufbauen. Die bisherigen konzeptionellen Eckpunkte hat die Kommission in einem Arbeitspapier dargelegt.

11) Systematische Untersuchungen zu Produktforen liegen nur für Dänemark vor (Oxford Research 2001). Die EU-Kommission hat in einem Workshop vom 14. Juni 2001 dieses Thema ebenfalls diskutiert (Europäische Kommission 2001b).

BEISPIELE FÜR VERWANDTE KOOPERATIVE ANSÄTZE

Es gibt eine Vielzahl kooperativer Ansätze sowohl in anderen politischen Themengebieten wie auch im Umfeld der Umweltpolitik. Einige Beispiele sind für die Arbeit in Produktforen von Interesse:

- Projekte im Bereich „Transition management" verschiedener niederländischer Ministerien
- chemiepolitische Dialoge in Deutschland in den 80er und 90er Jahren
- Dialog „Forum Waschen für die Zukunft" des Industrieverbands Körperpflege- und Waschmittel e. V. (IKW)
- Jury Umweltzeichen („Blauer Engel")
- Normungsgremien des Deutschen Instituts für Normung (DIN)
- Umweltdialog Baden-Württemberg
- verschiedene F&E-Studien
- verschiedene Stoffstrommanagementprojekte
- kooperative Ökobilanzstudien (z.B. Verpackungsstudien des Umweltbundesamts)
- Plattformen des Environmental Technology Action Plans (ETAP).

ANLÄSSE FÜR DIE SCHAFFUNG VON PRODUKTFOREN

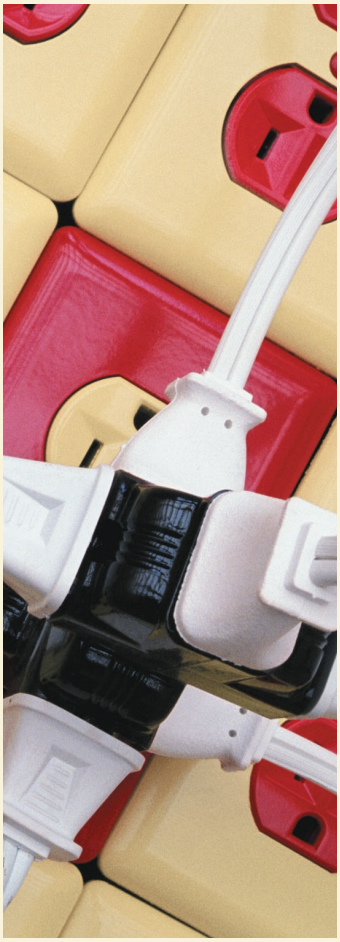
Produktforen können aus unterschiedlichen Gründen initiiert werden. Denkbare Anlässe sind etwa:

- **Konkrete produktgruppenspezifische Probleme:** Produktgruppenspezifische Probleme können entweder aus Sicht eines Industrieverbandes auftreten, der durch ein Produktforum mittel- und langfristige Entwicklungsmöglichkeiten strategisch ausloten möchte. Oder eine Umweltbehörde plant, ein signifikantes Umweltproblem in Kooperation mit den durch dieses Politikfeld betroffenen Akteuren zu lösen, ohne dabei ordnungsrechtliche Regelungen zu verabschieden.
- **Gesetzgebungsinitiativen:** Angekündigte ordnungsrechtliche Maßnahmen des Staates oder auch nur die Diskussion um entsprechende Initiativen können die Schaffung von Produktforen bewirken.
- **Einzelinitiative:** Es ist auch denkbar, dass eine einzelne Organisation die Initiative zur Gründung eines Produktforums ergreift; dies könnten Unternehmen, Handelshäuser oder auch Umweltorganisationen sein.

VERSCHIEDENE FORMEN VON PRODUKTFOREN

Der Bildung von Produktforen können mannigfache Motive zu Grunde liegen. Dementsprechend unterscheidet sich die konkrete Ausgestaltung. Der internationale Vergleich hat dies bereits veranschaulicht:

- **Stufenorientierte Produktforen:** Derartige Foren konzentrieren sich nur auf eine Lebenswegstufe. Sie sind damit horizontal ausgerichtet. Im Vordergrund steht die Verbesserung einiger ökologischer Aspekte, die mit dieser Lebenswegstufe verbunden sind. Hier können insbesondere Verbände und Kooperationszusammenschlüsse innerhalb der Branche beteiligt sein.
- **Lebenswegorientierte Produktforen:** Im Gegensatz zu den stufenorientierten Produktforen geht es in diesen – vertikal ausgerichteten – Produktforen um den gesamten Lebensweg und dessen Gestaltung. Hier ist insbesondere eine Kooperation von Unternehmen entlang des betrachteten Lebensweges notwendig.
- **Themenorientierte Produktforen:** Ergänzend sind Produktforen möglich, die sich einem speziellen Problem wie z.B. der Energieeinsparung widmen.



Aber auch die Zugangsweisen zur Gestaltung eines Produktforums sind unterschiedlich:

- **Inhaltliche Ausrichtung:** Themen können gesetzt sein oder werden im Verlauf eines Produktforums entwickelt werden.
- **Initiatoren:** Produktforen werden von Personen oder Institutionen initiiert, die ein oder mehrere ökologische Probleme erkannt haben und an deren Verminderung arbeiten wollen (Unternehmen, Verbände, Handel, Entsorger oder andere).
- **Geographische Ausrichtung:** Produktforen können auf internationaler, europäischer, nationaler und regionaler Ebene errichtet werden; jedoch ist bei einer überregionalen Ausrichtung der Organisationsaufwand größer.

Wir möchten im folgenden wichtige Hinweise zur Arbeit mit Produktforen geben; wir konzentrieren uns auf Produktforen, deren Einrichtung auf staatliche Initiativen zurückgeht. Sollte ein anderer Typ eines Produktforums geplant werden, so treffen möglicherweise nicht alle der nachfolgend genannten Punkte zu. Wir empfehlen gleichwohl, die folgenden Empfehlungen für das Vorgehen innerhalb von Produktforen zu berücksichtigen!

Abb. 2 stellt unser weiteres Vorgehen und die dabei wichtigen Aspekte noch einmal graphisch dar.

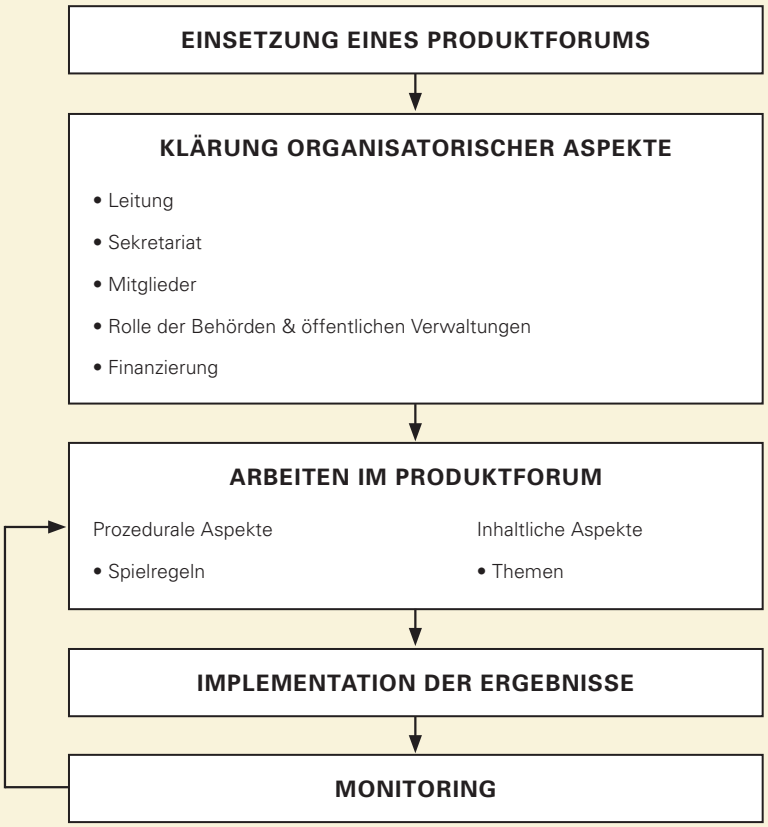


Abb. 2: Möglicher Ablauf und wichtige Eckpunkte eines Produktforums

5.2 Einsetzung eines Produktforums

Produktforen können durch verschiedene Akteure initiiert werden. Unabhängig von den Initiatoren können Produktforen helfen, Brücken zwischen Markt und Staat zu bauen. Ihr Ansatz kann keinesfalls Politik und Umweltpolitik ersetzen, sondern er ist an Überlegungen gebunden, die im weiteren Fortgang der Broschüre dargestellt werden. Der Einsatz von Produktforen ist nicht zu empfehlen für Produktgruppen, bei denen der Lebensweg nicht einigermaßen klar erkennbar ist.

Aus den Erfahrungen mit Produktforen lässt sich vielfach feststellen, dass die Rolle der initiierenden Institution im Prozess eines Produktforums besonders sensibel ist. Der Initiator sollte eher die Rolle eines Beobachters einnehmen, der am Forumsprozess beteiligt ist, ohne diesen zu bestimmen. Gleichzeitig sollte aber auch der ernsthafte Charakter eines Forums beachtet werden und eine Transmission sowie Diffusion der Arbeiten in die Kreise des Initiators sichergestellt werden.

5.3 Klärung organisatorischer Aspekte

Bevor die eigentliche Arbeit eines Produktforums beginnt, sollten eine Reihe organisatorischer Aspekte geklärt werden. Die organisatorische Ausgestaltung dieser Phase ist in ihrer Bedeutung nicht zu unterschätzen, da dadurch die inhaltliche Arbeit, die Rollenverteilung und die Arbeitsfähigkeit wesentlich beeinflusst wird. Es ist von einem Wechselspiel zwischen Akteuren und Kooperationsform auszugehen: Das Verhalten der Akteure gibt der Kooperation eine konkrete Struktur, und die Struktur der Kooperation wiederum beeinflusst das Verhalten der Akteure.

Welche organisatorischen Aspekte sollten in der Frühphase geklärt werden?

- Wer übernimmt die Leitung eines Forums?
- Wird ein Sekretariat benötigt?
- Wie soll die Zusammensetzung eines Produktforums aussehen?
- Welche Rolle spielen öffentliche Einrichtungen?
- Welche Kosten entstehen für ein Produktforum und wer übernimmt diese?

LEITUNG EINES PRODUKTFORUMS

Eine unabhängige Person sollte mit der Leitung des Produktforums beauftragt werden, um Interessens- und Loyalitätskonflikten vorzubeugen. Die Rolle eines so genannten Chairs – der bezahlt werden sollte – umfasst im Idealfall die folgenden Aufgabenbereiche:

- Einberufung und Leitung von Sitzungen
- Motivation und „Inspiration" während Diskussionen
- ergebnisorientierte, dynamische Unterstützung der Forumsentwicklung

- Moderator/in, Zuhörer/in sowie Medi-ator/in in Konflikt- und Dissensfällen
- Repräsentation des Produktforums.

Der Chair sollte durch die Mitglieder des Produktforums allgemein akzeptiert werden. Seine/ihre Funktion kann er bzw. sie nur durch eine faire und neutrale Prozessgestaltung einnehmen, gerade deswegen erscheint die Unabhängigkeit des Chairs als eine notwendige Voraussetzung für einen konstruktiven Forumsprozess. Daneben sind inspirierende, mobilisierende, ja sogar visionäre Fähigkeiten wünschenswert, um die Forumsmitglieder zielbezogen motivieren zu können.[12]

12) Schneidewind (2003, 27) sieht im Kontext des Stoffstrommanagements den Chair als einen interpretativen Brückenbauer, der hohe kommunikative Kompetenzen besitzt und Organisationszusammenhänge „interpretieren" kann. In diesem Zusammenhang setzt er diese Anforderungen mit den Anforderungen an einen „Jazz Combo Leader" gleich.

SEKRETARIAT

Zu empfehlen ist die Errichtung eines Sekretariats zur Unterstützung des Chairs. Nur so kann gewährleistet werden, dass dieser seine Funktionen auch umsetzen kann. Das Sekretariat kann, muss aber nicht der gleichen Organisation wie die Person des Chairs angehören. Funktionen des Sekretariats sind:

- technische und organisatorische Unterstützung des Chairs (z.B. Protokollierung, Materialrecherchen, Erstellung von Vorlagen)
- Sicherstellung des Informationstransfers (z.B. Meetings, Follow-up Aktivitäten)
- fachliche Unterstützung des Chairs mit Blick auf die verschiedenen inhaltlichen Aufgaben.

ZUSAMMENSETZUNG EINES FORUMS

Ein Produktforum beruht – wie bereits mehrfach hingewiesen – auf einer kooperativen Herangehensweise zur Gestaltung eines Themen- bzw. Produktfeldes. Dies bedeutet, dass die Zusammensetzung pluralistisch sein muss, um möglichst verschiedene Interessen, Ziele und Einstellungen zusammen zu bringen.

Idealerweise sollte ein Produktforum eine übersichtliche Größe besitzen. Dänische Product Panels arbeiten mit etwa 15 Mitgliedern; in den Normungsausschüssen des DIN gilt die „goldene Regel"[13] von einer maximalen Gruppengröße von 21 Personen. Die Auswahl der Teilnehmer und Teilnehmerinnen sollte gemeinsam durch den Chair und jene Einrichtung vorgenommen werden, die das Produktforum initiiert hat.

13) Das Deutsche Institut für Normung e.V. (DIN) hat dies in seiner Norm DIN 820 sogar niedergelegt.

Folgende Aspekte sind bei der personellen Auswahl zu berücksichtigen:

- Die Mitglieder des Forums sollten die stofflichen Lebenswegphasen eines Produkts repräsentieren, wobei dem natürlich eine Analyse der Produktgruppe vorausgehen sollte. Im allgemeinen lassen sich dabei in die im nebenstehenden Kasten erwähnten Gruppen unterscheiden.
- Akteure sollten über ein Grundmaß an Erfahrungen mit ökologischen Herausforderungen verfügen, eine ausreichende allgemeine Wissensbasis im Themenfeld besitzen und persönliches Engagement mitbringen.

- Politische Institutionen (Ministerien, öffentliche Verwaltungen) sollten nicht überrepräsentiert sein.
- Die Mitglieder sollten kreativ und engagiert sein und aktiv mitarbeiten wollen. Ist dies aus Zeit- oder anderen Kapazitätsgründen nicht länger möglich, sollte sich das Mitglied aus dem Produktforum zurückziehen. Das Forum sollte die Frage der Mitgliedschaft regelmäßig (zumindest bei Revision der Aktionspläne) diskutieren, um damit auch eine gewisse Dynamik zu gewährleisten und der Gefahr eines „Closed shop" zuvorzukommen.
- Berücksichtigt werden sollte in ausreichendem Maße die geographische Ebene, die von der räumlichen Ausrichtung eines Produktforums abhängt.

EINTEILUNG VON RELEVANTEN AKTEUREN UND ANSPRUCHSGRUPPEN:

- Wirtschaftliche Akteure, die unmittelbar Stoffströme beeinflussen, z.B. Hersteller, Lieferanten, Handwerk, Kapitaleigner, Konsumenten, Beschäftigte.
- Wirtschaftliche Akteure, die durch ihre Entscheidungen die Stoffwahl anderer Akteure beeinflussen, z.B. Handel, Finanzinstitutionen (Banken/Versicherungen), Ver- und Entsorgungswirtschaft.
- Wirtschaftliche Akteure, die dem Stoffstrommanagement einer Branche oder Produktionskette Rahmenbedingungen setzen, z.B. Wirtschafts- und Branchenverbände.
- Staatliche bzw. administrative Akteure, die den Akteuren/Anspruchsgruppen der drei ersten Kategorien Rahmenbedingungen setzen.
- Sonstige Akteure, die das Stoffstrommanagement aller übrigen zu beeinflussen versuchen, z.B. Umweltorganisationen, Verbraucherorganisationen, Gewerkschaften, Medien und Werbung, Wissenschaft und Forschung.

Diese Aspekte sind wichtige Bedingungen für eine gelungene Zusammensetzung eines Forums. Jedes Produktforum wird aber erst durch die konkrete Arbeit und die routinisierte Zusammenarbeit lebendig. Die „Chemie" unter den Produktforumsmitgliedern muss stimmen: Wichtig ist demnach ein vertrauensvoller Umgang untereinander und eine gute Basis der Kooperation.

Nicht unumstritten sind eine Reihe weiterer Aspekte in der Zusammensetzung eines Forums:

- **Verbands- versus Change-agents-Modell:** Ein Produktforum kann stärker Verbände einbeziehen, welche die Interessen ihrer Mitglieder entlang eines stofflichen Lebensweges repräsentieren. Demgegenüber kann auch vermehrt auf Unternehmen gesetzt werden, die als Vorreiter eine Markttransformation betreiben.[14] Jedes Modell hat spezifische Vor- und Nachteile, welche im Einzelfall zu berücksichtigen sind.
- **Big players versus Implementatoren:** Die Teilnehmer und Teilnehmerinnen bringen sich je nach Interessen und Erfahrungen unterschiedlich in die Mitarbeit eines Produktforums ein und übernehmen in unterschiedlichem Maße Verantwortlichkeiten. Ist es nun sinnvoll eher wichtige Funktionsträger und Funktionsträgerinnen etwa aus Unternehmen für die Mitarbeit zu gewinnen, oder sollten eher jene Personen zur Mitwirkung bewegt werden, von denen zu erwarten ist, dass sie die Ergebnisse des Produktforums in ihre Organisation tragen und dort umsetzen? Entscheidungsfähige Marktakteure bewirken zwar eine stärkere Marktorientierung, erfordern jedoch gleichzeitig einen höheren Grad an Verhandlungs- und damit Kompromissfähigkeit. Vereinbarungen, die nur den kleinsten gemeinsamen Nenner der Forumsmitglieder abbilden, sind dann die Folge.
- **Vertretungsrolle versus Einzelpersonen:** Die Mitglieder eines Produktforums können ihre Rolle sehr unterschiedlich wahrnehmen: Repräsentieren sie in erster Linie ihre

14) Dieses Modell haben die dänischen Product Panels verfolgt.

Organisation oder können sie hiervon – zumindest teilweise – abstrahieren? Kommt es zu Konflikten zwischen diesen beiden Rollen?

- **Freidenker versus Repräsentanten:** In Schweden[15] wurde die Erfahrung gemacht, dass die Einbeziehung von „Freidenkern" (z.B. Künstlern) neue, überraschende Impulse mit sich bringen kann.

15) Hinweis von Siv Näslund, die den schwedischen Umweltbeirat leitete.

Diese Aspekte sind aus heutiger Sicht nicht eindeutig zu beantworten, es gilt allerdings sie zu beachten. Alles in allem müssen die Teilnehmer und Teilnehmerinnen eines Produktforums einen Mehrwert für sich erwarten. Vorteile können operativer wie auch strategischer Natur sein:

Mögliche operative Vorteile der Teilnahme an einem Produktforum

- Verbesserung der Ertragssituation durch Kosteneinsparungen oder Umsatzsteigerungen
- Ausbau der Zusammenarbeit mit Lieferanten und Abnehmern
  Schließen von Stoffkreisläufen
- Intensivierung der Kundenansprache und -kommunikation.

Mögliche strategische Vorteile der Teilnahme an einem Produktforum

- Eröffnung neuer Geschäftsfelder und Erschließung neuer Marktsegmente
- Lernen durch eine Erweiterung der Wissensbasis
- Stärkung der Kundenbindung
- Kontakte und Interaktionsprozesse mit Wettbewerbern und zivilgesellschaftlichen Akteuren
- Initiierung neuer Netzwerke und Kooperationen
- Einblick, Diskussion und (mögliche) Mitgestaltung geplanter politischer Maßnahmen
- Identifikation möglicher mittel- und langfristiger strategischer Herausforderungen („Frühwarnsystem")
- Erkennen von Innovationspotentialen
- Erkennen von bestehenden Risiken und Problemen.

Anreize für die Teilnahme könnten die eben beschriebenen operativen und strategischen Vorteile sein. Darüber hinaus sind auch wirtschaftliche Anreize, beispielsweise eine Projektförderung, denkbar, die zu einer Teilnahme bewegen, oder eine Selbstverpflichtung einer Branche.

FINANZIERUNG EINES PRODUKTFORUMS

Die Arbeit eines Forums ist mit verschiedenen Kosten verbunden:

- **Vorsitz:** Der Chair eines Forums benötigt für seine Arbeit ein Budget, welches Personal- und Sachkosten abdeckt. Da diese Person Schlüsselakteur eines Produktforums ist,[16] sollte diese Funktion mit einem angemessenen Budget ausgestattet sein.

16) Seine Aufgaben wurden weiter oben beschrieben.

- **Sekretariat:** Die Durchführung eines Forums kann nicht ausschließlich durch den oder die Vorsitzende/n erfolgen, sondern bedarf technischer, organisatorischer wie auch inhaltlicher Unterstützung durch ein Sekretariat. Die anfallenden Kosten sind ebenfalls zu kalkulieren und zu berücksichtigen.
- **Teilnahmekosten:** Die Kosten der Teilnahme an einem Produktforum werden im Regelfall durch die Mitglieder eines Forums selbst getragen. Allerdings gilt dabei zu beachten, dass die Teilnahme von Nichtregierungsorganisationen angemessen zu vergüten ist, um sicherzustellen, dass auch diese Organisationen ihre Kompetenzen einbringen können.
- **Implementationskosten:** Die Kosten der in einem Produktforum verabredeten Maßnahmen werden im Regelfall durch die Mitglieder eines Forums getragen. Allerdings zeigen Erfahrungen aus Dänemark, dass es sinnvoll sein kann, den Forumsmitgliedern die Möglichkeit zur Beantragung von Drittmitteln für verschiedene, gemeinsam verabredete Aktionen einzuräumen.[17]

Die Durchführung eines Forums sollte diese verschiedenen Kostenarten berücksichtigen und ein angemessenes Budget bereitstellen.

17) Diese Mittel werden vom „Danish Council for Cleaner Products" vergeben. In diesem Gremium sind Unternehmen wie auch NGOs, Ministerien oder Gewerkschaften vertreten. Das Danish Council beschäftigt sich mit ökologischen Fragen, jedoch nicht nur in Bezug auf einzelne Produktgruppen, sondern in übergeordneter Art und Weise. Insgesamt ist diese stärker politisch ausgerichtet. Der Council berät die dänische Umweltbehörde und entscheidet im Rahmen des „Programme for Cleaner Products" über die Geldvergabe an die verschiedenen Product Panels.

ROLLE VON ÖFFENTLICHEN EINRICHTUNGEN

Die Rolle und Funktion öffentlicher Einrichtungen wird im Allgemeinen als besonders sensibel eingeschätzt. Bei ihrer Teilnahme an einem Produktforum sind die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen staatlicher Einrichtungen jedoch den anderen Teilnehmern und Teilnehmerinnen gleichgesetzt. Wünschenswert ist, wenn diese versuchen, eine Brücke zwischen Politik und politischer Praxis zu bauen. Ihre Aufgaben sind:

- Information des Forums über anstehende, geplante oder in der Diskussion befindliche politische und exekutive Initiativen
- Unterstützung der Arbeit eines Produktforums, etwa durch technische Hilfestellungen bei Fragen, Informationen etc.
- Transmission der Arbeiten des Produktforums in die Sphäre der Behörden.

Ihr Rollenverständnis sollte eher neutral ausgerichtet sein, um den gesamten Prozess des Produktforums nicht einseitig zu beeinflussen. In diesem Zusammenhang ist auf ein Konsistenzproblem bei der Vertretung öffentlicher Belange hinzuweisen: Die in die Produktforumsarbeit einbezogenen Vertreter und Vertreterinnen von öffentlichen Einrichtungen können möglicherweise nicht mit einer „einheitlichen" Stimme sprechen, sondern sehen sich intern mit der Logik unterschiedlicher Einrichtungen konfrontiert. Dieser Tatbestand stellt keinen Sonderfall von Produktforen dar, kann sich in diesem Zusammenhang jedoch möglicherweise als ein Problem erweisen.

5.4 Arbeiten eines Produktforums

Die Arbeit eines Produktforums ist primär inhaltlich ausgerichtet. Diese inhaltliche Ausgestaltung bedarf jedoch einiger „Spielregeln“, um einen konstruktiven Umgang der Mitglieder eines Produktforums zu gewährleisten. Hierauf soll im Folgenden eingegangen werden. Überlegungen zum inhaltlichen Ablauf finden sich im darauf folgenden Abschnitt.

5.4.1 PROZEDURALE ASPEKTE

Zu Beginn der Produktforumsarbeit ist zu klären, wie die Zusammenarbeit der Mitglieder konkret zu gestalten ist. Hierdurch wird bereits frühzeitig bestimmt, in welchem Rahmen die Beteiligten miteinander in Verbindung treten. Zwei Aspekte sollen in diesem Zusammenhang noch einmal getrennt thematisiert werden: Welche Spielregeln sind für den gesamten Verlauf eines Produktforums festzulegen und welche Rahmenbedingungen („Signalling“) sind bei der Eröffnung eines Produktforums zu beachten?

SPIELREGELN

Produktforen beruhen auf Interaktionsprozessen. Diese setzen gegenseitige Akzeptanz und einen fairen Umgang voraus. Nur so kann überhaupt ein angemessenes Gesprächsklima gewährleistet werden. Hierzu sollten vor Beginn der eigentlichen Forumsarbeit einige „Spielregeln“ als Diskursbedingungen festgelegt werden. Die jeweils neu zu erarbeitenden Spielregeln sollten auf der ersten Sitzung eines Produktforums zur Diskussion gestellt und verabschiedet werden.

Folgende Eckpunkte sollte berücksichtigt werden:

- Die Gesprächsführung liegt beim Chair, der auch für Einberufung und Protokollierung der Sitzungen zuständig ist.
- Die Forumsarbeit orientiert sich an der Suche nach einem Konsens unter den beteiligten Mitgliedern, Abstimmungen finden in der Regel nicht statt.
- Die Teilnahme ist freiwillig. Es sind keinerlei Sanktionen vorgesehen.
- Ein Produktforum erarbeitet sich selbst einen Arbeits-, Zeit- und Implementationsplan.
- Ein Produktforum setzt sich das Ziel, periodisch Fortschrittsberichte zu erstellen.
- Die Gespräche sollten offen und transparent sein. Soweit nicht anders vereinbart, sind sie vertraulicher Art. Ein Forum entscheidet selbst über Art und Zeitpunkt von Mitteilungen und Informationen an Externe.
- Ein Produktforum kann Arbeitsgruppen einsetzen, die dem Forum zu speziellen Themen oder Problemen zuarbeiten.
- Alle Mitglieder eines Forums sind einander gleichgestellt.
- Jedes Mitglied eines Forums hat faire Zugangschancen zu Informationen und Wissen.
- Die Abstimmungs- und Kommunikationswege mit Politik und Behörden sind festzulegen.

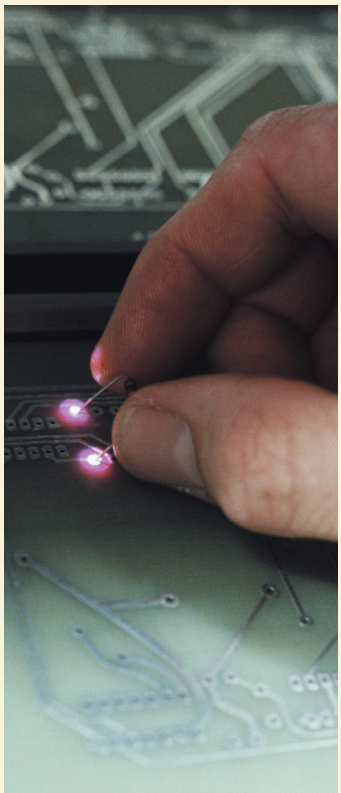
Es sollte jedoch berücksichtigt werden, dass das Pendel nicht in die andere Richtung ausschlägt und zu stark formalisierte Organisationsweisen vereinbart werden: Dann bestünde die Gefahr, die Kreativität der Forumsmitglieder aufs Spiel zu setzen.

ERÖFFNUNG UND RAHMEN EINES PRODUKTFORUMS

Die Bestellung der Mitglieder eines Produktforums sollte in einem angemessenen Rahmen erfolgen. Ist ein Ministerium der Initiator, so wäre ein Ernennungsschreiben durch eine hochgestellte Persönlichkeit wichtig, um eventuell noch weitere Forumsmitglieder zu gewinnen.

Die Gründungssitzung eines Produktforums sollte ebenfalls entsprechend gestaltet werden. Um die Bedeutung eines Forums für die Politik zu unterstreichen, sollte die Gründungssitzung beispielsweise durch den Minister oder die Ministerin eröffnet werden.

5.4.2 THEMEN EINES PRODUKTFORUMS



Die Arbeit innerhalb eines Produktforums steht im engen Bezug zur Produktgruppe, zu der das Forum eingesetzt wurde.

THEMEN EINES PRODUKTFORUMS

- Ein Produktforum fokussiert auf eine bestimmte Produktgruppe. Dabei lassen sich eine Vielzahl an möglichen inhaltlichen Themen nennen:
- Welche Umwelt- bzw. Nachhaltigkeitsziele bestehen? Lassen sich diese auf die jeweilige Produktgruppe übertragen? Bestehen weitere Ziele?
- Welche ökologischen Probleme, Herausforderungen und Defizite entlang des stofflichen Lebenswegs bestehen? Lassen sich diese priorisieren?
- Wie ist die Daten- und Quellenlage? Wo existieren Datenlücken und Unklarheiten?
- Wer sind wichtige Akteure, Anspruchsgruppen und Unternehmen entlang des Produktlebensweges?
- Wie ist es um die Globalisierung der Liefer- und Absatzbeziehungen bestellt?
- Sind mittel- bis längerfristig Innovationsdynamiken zu erwarten?
- Gibt es besondere produktgruppenspezifische Problematiken?
- Welche Maßnahmen auf der Angebots- und Nachfrageseite wurden bisher ergriffen? Welche Erfahrungen haben die einzelnen Akteure damit gemacht?
- Was haben Politik & Verwaltung sowie zivilgesellschaftliche Akteure bisher unternommen?
- Welche Einfluss- und Gestaltungsmöglichkeiten bestehen? Wo liegen Grenzen?
- Welche Handlungsmöglichkeiten und Notwendigkeiten existieren bei den an einem Forum beteiligten Akteuren?
- Welche Visionen und langfristigen ökologischen bzw. nachhaltigen Ziele sind vorstellbar?

Die hier genannten inhaltlichen Themenstellungen sind weitere drei Aspekte zu ergänzen, die am Anfang einer jeden Forumsarbeit stehen:

- Zielklärung der Forumsarbeit
- Vereinbarung der Spielregeln

- Maßstäbe zur Beurteilung des Erfolgs der Aktivitäten des Produktforums.

Eine Vielfalt an möglichen Themen kann die Forumsarbeit überfrachten. Es ist daher nicht sinnvoll, alle Themen, Problemlagen und Herausforderungen gleichzeitig zu bearbeiten. Deswegen ist es ratsam, Prioritäten zu setzen und Schwerpunkte festzulegen: Sicherlich ist ein realistischer Blick notwendig, um Enttäuschungen vorzubeugen, aber auf der anderen Seite auch mögliche Erfolge zu initiieren.

Zu empfehlen ist daher, folgende zentrale Aspekte eines Produktforums zu klären. Dahinter steht die Überlegung, das Forum als eine Art Managementprozess aufzufassen – und die Aufgaben in einem mehrjährigen Aktionsplan zusammenzufassen. Niedergelegt werden sollten

- Akteure und deren Verantwortlichkeiten
- Prioritäten und Maßnahmen
- projektierte Aktivitäten
- Instrumente.

Selbstverständlich ist ein solcher Aktionsplan modifizierbar und revidierbar. Ziel ist es jedoch, ihn als, eine Art „Road map" für die Tätigkeiten des Produktforums zu begreifen. Ein Beispiel für einen konkreten Aktionsplan findet sich in Tab. 1.

TECHNOLOGIE	ABSATZ
Umweltbezogene Abschätzung von Produktkonzepten Pilotprojekte zu Testmethoden, um Produktkonzepte in einem ökologischen Blickwinkel abschätzen zu können	Konsumenten und Umweltaspekte von elektronischen Produkten Informationsaktivitäten über die Umweltaspekte von elektronischen Produkten und die Konsequenzen ihrer Produktion, Nutzung und Entsorgung
Lebenswegende Informationskampagnen mit Bezug auf die Konzeptersteller über z.B. Probleme bei der Wiederverwendung bzw. dem Recycling der eingesetzten Materialien und ökonomische Konsequenzen der Gestaltung des Lebenswegendes	Verbesserte Tools für Verkäufer und Käufer Projekt zu einer leicht verständlichen, Internet-basierten Umweltdeklaration („Green card")
Reparaturfähigkeit Analyse der ökologischen Konsequenzen der Verlängerung der Produktlebensdauer	Kommunikation in Richtung öffentlicher Beschaffung Informationskampagne, um die Beschaffer des öffentlichen Sektors dafür zu qualifizieren, Elektronikprodukte ökologisch einzuschätzen
Produzentenhaftung Pilotprojekte zu den Möglichkeiten und Hindernissen für Produzentenhaftung, die das Design von neuen elektronischen Produkten beeinflusst	Elektronikschrott Information und Leitlinien für lokale Behörden in Bezug auf den Umgang mit Elektronikschrott
	Konsumentenanalyse Umfragen bzw. Analysen, um das Interesse der Konsumenten an und die Möglichkeiten des Absatzes von weniger ökologisch schädlichen Elektronikprodukten zu untersuchen.
QUERSCHNITTSAKTIVITÄTEN	
Web-Seite des Panels Eine solche dient dem der Panel-Aktivitäten sowie als Informationsressource für die hohe Anzahl an interessierten Parteien, welche Informationen über elektronische Produkte und Umweltaspekte nachfragen.	
International standardisierte Ökobilanzen Aktivitäten, die darauf gerichtet sind, ein paneuropäisches Projekt zu initiieren, um die Rahmenbedingungen der Nutzung des Ökobilanztools zu standardisieren.	

Tab.1: Beispiel eines Aktionsplans: Aktionsplan des dänischen Elektronikpanels (Oxford Research 2001, 20)

Über die Durchführung und Entwicklung der Forumsarbeiten sollte in regelmäßigen Abständen informiert werden. Hierzu könnten Fortschrittsberichte sinnvoll sein, die etwa in einem jährlichen Abstand erstellt und auch Externen zugänglich gemacht werden. Die eigene Bewertung des Fortgangs der Forumsarbeiten durch die Mitglieder selbst ist in diesem Kontext eine wichtige prozessbezogene Aufgabe, die in einer Art internem Feedbackprozess zu einer Rückbesinnung und möglicherweise Anpassung des Aktionsplans führen könnte.

TECHNIKEN & TOOLS

Die Forumsarbeit kann durch verschiedene Kreativitätstechniken und instrumentelle Tools unterstützt werden.

Beispiele für Kreativitätstechniken[18] sind:

- Brainstorming
- Brainwriting
- negatives Brainwriting
- heuristisches Prinzip
- Komponentenaufstellung
- Mind-Mapping
- morphologischer Kasten
- Pinnwandtechnik
- progressive Abstraktion
- sechs Hüte
- Teambildung.

18) Vgl. dazu beispielsweise Backerra et al. (2002), Sellnow (2001) oder Wack et al. (1998).

Beispiele für instrumentelle Tools sind:[19]

- Akteursanalysen
- Backcasting
- Checklisten
- Ökobilanzen
- Planungszellen
- Portfolioanalysen
- Qualitätsprofile
- Szenarien
- Wertanalysen.

19) Vgl. dazu ausführlich Tischner et al. (2000).

Der Einsatz dieser Methodiken kann

- den Forumsprozess unterstützen
- die Interaktion unter den Beteiligten verbessern
- neue Möglichkeiten oder Ideen identifizieren oder auch
- aus einem längerfristigen Zeithorizont das Forumsthema beleuchten.

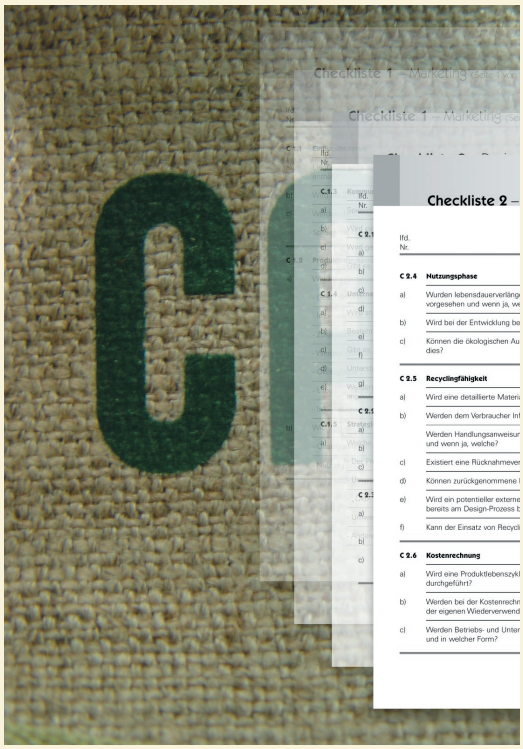
5.5 Implementation der Ergebnisse

Die Ergebnisse eines Produktforums sollten – so die obigen Vorschläge – in einem Aktionsplan zusammengefasst und in einer vom Forum vereinbarten Weise publiziert werden. Mit diesen Vereinbarungen ergibt sich ein Handlungsbedarf bei den verschiedenen beteiligten Akteuren, die – nach Maßgabe ihrer jeweiligen Möglichkeiten – entsprechende Aktivitäten entfalten sollten.

Die Umsetzung der Vereinbarungen sollte dokumentiert werden, um damit ein Feedback in die Arbeit des Produktforums hinein zu erreichen und die Überarbeitung der Aktionspläne zu unterstützen.

5.6 Monitoring

Produktforen stehen im Kontext einer veränderten Steuerungsphilosophie; ihr Ausgangspunkt ist – wie oben in Kapitel 2 dargelegt – ein verändertes Verständnis von Politik und die strukturell bedingte Begrenztheit einer produktausgerichteten regulativen Umweltpolitik. Damit einher geht die Erwartung, dass sich durch Produktforen Ergebnisse erzielen lassen, die zu einer ökologisch ausgerichteten Markttransformation beitragen.



Wichtig ist daher, die Aktivitäten und Implementationsmaßnahmen von Produktforen zu beobachten und zu reflektieren. Ein regelmäßiges Monitoring ist sinnvoll, um

- die Arbeit eines Produktforums zu unterstützen,
- auch den daran beteiligten Mitgliedern Informationen bereitzustellen, die durch diese Form des organisierten Feedbacks ihre jeweiligen Aktivitäten entsprechend ausrichten können, sowie
- Verbesserungsmöglichkeiten zu identifizieren.

Über diesen Weg ist es möglich, „Success stories“ einer breiteren Öffentlichkeit gegenüber zu kommunizieren. Nur so kann auf die Arbeit des Produktforums aufmerksam gemacht werden.

6 Merkpunkte

Die in den vorangegangenen Kapiteln aufgeführten Aspekte sollen an dieser Stelle noch einmal zusammengefasst werden.

ALLGEMEINE EMPFEHLUNGEN

- Nutzung von Produktforen im Rahmen einer Integrierten Produktpolitik
- Berücksichtigung der in- und ausländischen Erfahrungen mit Produktforen und verwandten kooperativen Zugängen

FUNKTIONEN

- Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung gemäß den Verpflichtungen von Rio und Johannesburg
- Soziale Interaktionsprozesse eröffnen Lernprozesse
- Lösungsbeiträge für vorhandene Probleme durch Verhandlungen
- Brücken zwischen Staat/Behörden und dem Markt

AUSWAHL PRODUKTGRUPPEN

- Abgrenzung Produktgruppen
- Auswahl geeigneter Kriterien
- Berücksichtigung der in- und ausländischen Erfahrungen mit Produktgruppenauswahl
- Pragmatische Lösungen

AUSGESTALTUNG VON PRODUKTFOREN

- Berücksichtigung der Motive und Anlässe von Produktforen und Wahl der angemessenen Art eines Produktforums
- Festlegung der räumlichen Ausrichtung

VORSITZ UND SEKRETARIAT

- Trennung von Vorsitz und Sekretariatsfunktion
- Bezahlung des/der Vorsitzenden
- Neutralität des Sekretariats

ZUSAMMENSETZUNG

- Basis: Produktlebenswegperspektive
- Grundlage jeder Mitgliederselektion: Analyse der Produktgruppe
- Mitglieder sollten pluralistische Interessen und Zugangsweisen repräsentieren

FINANZIERUNG

- Budget für Vorsitz, Sekretariat und Einbeziehung von Nichtregierungsorganisationen
- Keine Bezahlung der anderen Produktforum-Mitglieder

ROLLE DER BEHÖRDEN

- Keine Überrepräsentanz
- Behörden als „Brücke" und „Berater" im Produktforum

„SPIELREGELN"

- Konsensprinzip
- Freiwilligkeit der Teilnahme, keine Sanktionen
- Erarbeitung eines Aktionsplans; periodische Fortschrittsberichte
- Fairness im gegenseitigen Umgang
- Evtl. Einsetzung von Arbeitsgruppen zur technischen und detaillierten Diskussion von klar definierten Themen bzw. Projekten

THEMEN UND TECHNIKEN

- Prioritäten und Schwerpunkte bei Themen setzen
- Anwendung entsprechender Arbeitstechniken und Tools zur Unterstützung der Forumsarbeit

IMPLEMENTATION

- Umsetzung des Aktionsplans durch Forumsmitglieder

MONITORING

- Organisation eines (periodischen) Monitoring
- Feedbackschleife an Forumsmitglieder und andere interessierten Kreise
- Kommunikation von Erfolgsbeispielen an interessierte Kreise

7 Literaturempfehlungen

LITERATURHINWEISE ZU IPP

E & Y et al. [Ernst & Young / SPRU] (1998): Integrated Product Policy. London [Kurzfassung im Internet *http://europa.eu.int/comm/environment/ipp/ippsum.pdf*]

E & Y et al. [Ernst & Young / SPRU] (2000): Developing the Foundation for Integrated Product Policy in the EU. London: Report on behalf of DG Environment of the European Commission [Internet *http://europa.eu.int/comm/environment/ipp/ipp_devrep.pdf*]

Europäische Kommission (2001): Grünbuch zur Integrierten Produktpolitik (COM [2001] 68 endgültig). Brüssel: eigene Veröffentlichung [Internet *http://europa.eu.int/eur-lex/en/com/gpr/2001/com2001_ 0068en01.pdf*]

Europäische Kommission (2003): Mitteilung der Kommission an den Rat und das Europäische Parlament: Integrierte Produktpolitik. Auf den ökologischen Lebenszyklus-Ansatz aufbauen (COM [2003] 302 endgültig). Brüssel: eigene Veröffentlichung [Internet *http://europa.eu.int/comm/environment/ipp/ippcommunication.htm*]

Frings, Ellen et al. (2002): Integrierte Produktpolitik in Baden-Württemberg am Beispiel von Papierprodukten – Stand und Perspektiven. Empfehlungen für Wirtschaft und Staat. Stuttgart: Broschüre des Ministeriums für Umwelt und Verkehr Baden Württemberg

Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern/Bayerisches Staatsministerium für Landesentwicklung und Umweltschutz (2001): ipp - Integrierte Produktpolitik. Instrumente aus der Praxis am Beispiel Automobil. München: Broschüre [Internet *http://www.ipp-bayern.de/archiv/IPPLeitfaden_kfz.pdf*]

Rubik, Frieder (2002): Integrierte Produktpolitik. Marburg: Metropolis

LITERATURHINWEISE ZU PRODUKTFOREN

Ebert, Werner / Janoschka, Georg (2003): Abschlußbericht Netzwerk COUP 21. Netzwerk für Nachhaltiges Wirtschaften. Nürnberg: Projektbericht an die DBU

Oxford Research A/S (2001): Evaluating product panels. Kopenhagen: Studie im Auftrag der dänischen Umweltbehörde [Internet *http://www.mst.dk/udgiv/publications/2003/87-7972-547-3/html/helepubl_eng.htm*]

SPEZIELLE LITERATURHINWEISE ZU DEN KAPITEL 3-7

Backerra, Henrik et al.(2002): Kreativitätstechniken. Kreative Prozesse anstoßen, Innovationen fördern. Die K 7. Pocket Power. München: Hanser

Balling, Richard (1997): Kooperation. Strategische Allianzen, Netzwerke, Joint Ventures und andere Kooperationsformen zwischenbetrieblicher Zusammenarbeit in Theorie und Praxis. Frankfurt a.M.: Lang

BUND/MISEREOR (Hg.) (1996): Zukunftsfähiges Deutschland. Basel: Birkhäuser

Carlsson, Anna-Sofia et al. (2002): Kunskap om produkters miljöpåverkan – tillgång, behov och uppbyggnad. Stockholm: Swedish Environmental Agency Report No. 5229 [Internet *http://www.naturvardsverket.se/bokhandeln/pdf/620-5229-2.pdf*]

Coenen, Reinhard / Grunwald Arnim (Hg.). (2003): Nachhaltigkeitsprobleme in Deutschland. Analyse und Strategien. Berlin: edition sigma

E & Y et al. [Ernst & Young / SPRU] (1998): Integrated Product Policy. London: Studie im Auftrag der DG Umwelt

Friese, Marion (1998): Kooperation als Wettbewerbsstrategie für Dienstleistungsunternehmen. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag

Grießhammer, Rainer / Möller, M. (1999): TOP 10 Innovationen - eine orientierende Bilanzierung der wichtigsten Stoff- und Energieströme in Deutschland. Freiburg i. Br.: Öko-Institut e.V.

Hansen, Erik (2003): Ranking of industrial products. Copenhagen: Danish Environmental Protection Agency Environmental Project No. 839

Institut Wallon / VITO (2002): Identifying key products for the Federal product & environmental policy. Draft final report. Namur/Mol: Studie im Auftrag der Federal Services of Environment Department on Product Policy

Keil, Michael / Rubik, Frieder (2004): Integrierte Produktpolitik (IPP) am Beispiel der textilen Kette. Stuttgart: Veröffentlichung des Ministeriums für Umwelt und Verkehr Baden-Württemberg

Oxford Research A/S (2001): Evaluating product panels. Kopenhagen: Studie im Auftrag der dänischen Umweltbehörde [Internet *http://www.mst.dk/udgiv/publications/2003/87-7972-547-3/html/helepubl_eng.htm*]

PA Consulting (1992): Eco labelling criteria for washing machines. London: Studie im Auftrag der DG Umwelt

Rotering, Joachim (1993): Zwischenbetriebliche Kooperation als alternative Organisationsform: ein transaktionstheoretischer Erklärungsansatz. Stuttgart: Schäffer-Poeschel

Schneidewind, Uwe (2003): „Symbole und Substanzen" – ein alternativer Blick auf das Management von Wertschöpfungsketten und Stoffströmen. In: Schneidewind, Uwe et al. (Hg.): Symbole und Substanzen. Marburg, Metropolis, 15-36

Sellnow, Reinhard (2001): Die mit den Problemen spielen ... Ratgeber zur kreativen Problemlösung. Bonn: Verlag Stiftung MITARBEIT - Arbeitshilfen für Selbsthilfe und Bürgerinitiativen Nr. 10

Statistisches Bundesamt (2001): Systematisches Güterverzeichnis für Produktionsstatistiken – Ausgabe 2002. Stuttgart: Metzler-Poeschel [Auszüge im Internet *http://www.statistikportal.de/klassiGP02.pdf*]

SWEPA [Swedish Environmental Protection Agency]. (2002a): Towards greener products. Stockholm: EPA Report 5296 [Internet *http://www.naturvardsverket.se/bokhandeln/pdf/620-5296-9.pdf*]

SWEPA [Swedish Environmental Protection Agency]. (2002b): Kunskap om produkters miljöpåverkan – vad ger dagens statistik. Stockholm: Swedish Environmental Agency Report No. 5231 [Internet *http://www.naturvardsverket.se/bokhandeln/pdf/620-5231-4.pdf*]

Tischner, Ursula et al. (2000): Was ist Ecodesign? Frankfurt a.M.: Form

UBA [Umweltbundesamt] (1997): Nachhaltiges Deutschland. Berlin: Erich Schmidt

UBA [Umweltbundesamt] (2002): Nachhaltige Entwicklung in Deutschland. Berlin: Erich Schmidt

von Beyme, Klaus (1991): Theorie der Politik im 20. Jahrhundert. Von der Moderne zur Postmoderne. Frankfurt a.M.: Suhrkamp

Wack, Otto Georg et al. (1998): Kreativ sein kann jeder.Kreativitätstechniken für Leiter von Projektgruppen, Arbeitsteams, Workshops und von Seminaren. Ein Handbuch zum Problemlösen. Hamburg: Windmühle-Verlag (2. Auflage)

8 Glossar

Grünbuch

Grünbücher sind Mitteilungen der EU-Kommission über einzelne Politikbereiche, die von der Europäischen Kommission veröffentlicht werden. Sie präsentieren eine Reihe von Ideen und Vorschlägen und stellen diese zur Diskussion. Grünbücher richten sich an interessierte Kreise und Organisationen und räumen diesen die Möglichkeit ein, an der Konsultation und Beratung des jeweiligen Politikbereichs teilzunehmen.

Integrierte Produktpolitik (IPP)

Integrierte Produktpolitik setzt an Produkten und Dienstleistungen und deren ökologischen Eigenschaften während des gesamten Lebenswegs an; sie zielt auf die Verbesserungen ihrer ökologischen Eigenschaften ab und fördert hierzu Innovationen von Produkten und Dienstleistungen.

Lebensweg (ökonomischer)

Er umfasst im Wesentlichen die Stufen Ideenfindung, Produkt- bzw. Dienstleistungsentwicklung, Herstellung, Markteinführung, Marktdifferenzierung sowie Marktniedergang.

Lebensweg (stofflicher)

Er besteht im Wesentlichen aus den Stufen Ressourcengewinnung, Produktherstellung, -weiterverarbeitung, Handel, Produktgebrauch und -verbrauch (Konsum) sowie Entsorgung.

Zivilgesellschaft

Es gibt keine rechtliche Definition des Begriffs „Organisationen der Zivilgesellschaft". Der Wirtschafts- und Sozialausschuss der Europäischen Union versteht unter Akteuren der „Zivilgesellschaft" folgende Organisationen:

- die so genannten Sozialpartner d.h. Gewerkschaften und Arbeitgeberverbände,
- Verbände im sozialen und wirtschaftlichen Bereich, die nicht Sozialpartner im engeren Sinn sind,
- NGOs („Non-Governmental Organisations", also Nicht-Regierungsorganisationen), in denen Menschen gemeinsame Ziele verfolgen, z.B. Umweltorganisationen, Menschenrechtsorganisationen, Verbraucherschutzverbände, Wohlfahrtseinrichtungen, Aus- und Weiterbildungseinrichtungen,
- CBOs („Community-Based Organisations", also Organisationen, die aus der Mitte und von der Basis der Gesellschaft her entstehen und mitgliederorientierte Ziele verfolgen. Beispiele sind Jugendorganisationen, Familienverbände und alle Organisationen, über die die Bürger am Leben in den Kommunen teilnehmen können,
- Religionsgemeinschaften.

9 Kontakte, Internetquellen

An dieser Stelle sollen abschließend einige ergänzende Hinweise zu wichtigen in- und ausländischen Kontaktpartnern sowie Institutionen gegeben werden.

INLÄNDISCHE KONTAKTPARTNER - BUNDESEINRICHTUNGEN

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz
und Reaktorsicherheit (BMU)
Alexanderplatz 6,
D-10178 Berlin, Germany
Tel: ++49-(0)1888/ 305-0
Fax: ++49-(0)1888/ 305-4375
Internet: *www.bmu.de*

Umweltbundesamt (UBA)
Bismarckplatz 1,
D-14193 Berlin, Germany
Tel: ++49-(0)30/ 8903-0
Fax: ++49-(0)30/ 8903-2285
Internet: *www.umweltbundesamt.de*

Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft, Forschung und Technologie (BMBF)
Hannoversche Straße 28-30,
D-10115 Berlin, Germany
Tel: ++49-(0)1888/ 57-0
Fax: ++49-(0)1888/ 57-83601
Internet: *www.bmbf.de*

INLÄNDISCHE KONTAKTPARTNER - LANDESEINRICHTUNGEN

Baden-Württemberg:	Ministerium für Umwelt und Verkehr Kernerplatz 9, D-70182 Stuttgart, Germany Tel: ++49-(0)711/ 126-0 Fax: ++49-(0)711/ 126-2881 Internet: *www.uvm.baden-wuerttemberg.de*
Bayern:	Staatsministerium für Landesentwicklung und Umweltfragen Rosenkavalierplatz 2, D-81925 München, Germany Tel: ++49-(0)89/ 9214-0 Fax: ++49-(0)89/ 9214-2266 Internet: *www.stmugv.bayern.de*
Berlin:	Senatsverwaltung für Stadtentwicklung Württembergische Str. 6, D-10707 Berlin, Germany Tel: ++49-(0)30/ 90-0 Fax: ++49-(0)30/ 90-20 52 64 Internet: *www.stadtentwicklung.berlin.de*
Brandenburg:	Ministerium für Landwirtschaft, Umweltschutz und Raumordnung Heinrich-Mann-Allee 103, D-14473 Potsdam, Germany Tel: ++49-(0)331/ 866-0 Fax: ++49-(0)331/ 866-70 03 Internet: *www.mlur.brandenburg.de*
Bremen:	Senator für Bau und Umwelt Hanseatenhof 5, D-28195 Bremen, Germany Tel: ++49-(0)421/ 361-2516 Fax: ++49-(0)421/ 361-60 13 Internet: *www.umwelt.bremen.de*

Hamburg:	Umweltbehörde der Freien und Hansestadt Hamburg Billstr. 84, D-20539 Hamburg, Germany Tel: ++49-(0)40/ 42845-0 Fax: ++49-(0)40/ 42845-3293 Internet: *www.hamburg.de*
Hessen:	Hessisches Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft und Forsten Mainzer Str. 80, D-65203 Wiesbaden, Germany Tel: ++49-(0)611/ 815-0 Fax: ++49-(0)611/ 815-1941 Internet: *www.mulf.hessen.de*
Mecklenburg-Vorpommern:	Umweltministerium Schloßstr. 6-8, D-19053 Schwerin, Germany Tel: ++49-(0)385/ 588-0 Fax: ++49-(0)385/ 588-8717 Internet: *www.um.mv-regierung.de*
Niedersachsen:	Umweltministerium Archivstr. 2, D-30169 Hannover, Germany Tel: ++49-(0)511/ 120-0 Fax: ++49-(0)511/ 120-3399, Internet: www.mu1.niedersachsen.de
Nordrhein-Westfalen:	Ministerium für Umwelt, Raumordnung und Landwirtschaft Schwannstr. 3, D-40476 Düsseldorf, Germany Tel: ++49-(0)211/ 4566-0 Fax: ++49-(0)211/ 4566-388 Internet: *www.murl.nrw.de*
Rheinland-Pfalz:	Ministerium für Umwelt und Forsten Kaiser-Friedrich-Str. 1, D-55116 Mainz, Germany Tel: ++49-(0)6131/ 16-0 Fax: ++49-(0)6131/ 16-4646 Internet: *www.muf.rpl.de*
Saarland:	Ministerium für Umwelt Keplerstr. 18, D-66117 Saarbrücken, Germany Tel: ++49-(0)681/ 501-00 Fax: ++49-(0)681/ 501-45 21 Internet: *www.umwelt.saarland.de*
Sachsen:	Sächsisches Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft Archivstraße 1, D-01097 Dresden, Germany Tel: ++49-(0)351/ 564-0 Fax: ++49-(0)351/ 564-2209 Internet: *www.smul.sachsen.de/de/wu/index.html*
Sachsen-Anhalt:	Ministerium für Raumordnung, Landwirtschaft und Umwelt Olvenstedter Str.4, D-39108 Magdeburg, Germany Tel: ++49-(0)391/567-01 Fax: ++49-(0)391/567-1726 Internet: *www.mu.sachsen-anhalt.de*
Schleswig-Holstein:	Ministerium für Umwelt, Natur und Forsten Mercatorstr. 3, D-24106 Kiel, Germany Tel: ++49-(0)431/988-0 Fax: ++49-(0)431/ 988-72 39 Internet: *www.schleswig-holstein.de*
Thüringen:	Ministerium für Landwirtschaft, Naturschutz und Umwelt Beethovenstr. 3, D-99096 Erfurt, Germany Tel: ++49-(0)361/ 379-00 Fax: ++49-(0)361/ 379-99 50 Internet: *www.thueringen.de*

INTERNATIONALE EINRICHTUNGEN

Europäische Kommission – Generaldirektion Umwelt
Rue de la Loi 200,
B-1049 Bruxelles, Belgium
Tel: ++32-229 58312
Fax: ++32-229 96198
Internet: *http://europa.eu.int/comm/environment*

European Environment Agency (EEA),
Kongens Nytorv 6,
DK-1050 Copenhagen, Denmark
Tel: ++45 33-36 7100,
Fax: ++45 33-36 7199,
Internet: *http://www.eea.eu.int*

Organisation for Economic Co-Operation and Development (OECD),
2, Rue André Pascal,
F-75775 Paris Cedex 16, France
Tel: ++33-(0)1-45-248200,
Fax: ++33-(0)1-44-30 6399
Internet: *www.oecd.org*

United Nations Environment Program (UNEP),
United Nations Avenue, Gigiri,
PO Box 30552, Nairobi, Kenya,
Tel: ++254-2-62-1234,
Fax: ++254-2-62-4489,
Internet: *www.unep.org*

UMWELTMINISTERIEN ANDERER STAATEN

Belgien:	Belgian Ministry for Social Affairs, Public Health and the Environment, Boulevard Pachéco 19 Bte 5, B-1010 Bruxelles Tel: ++32-2-2104687, Fax: ++32-2-2104852 , Internet: *www.environment.fgov.be*
Dänemark:	Ministry of the Environment, Hojbro Plads 4, DK-1200 Kobenhaven K, Tel: ++45-33-927600, Fax: ++45-33-322227, Internet: *www.mim.dk*
Finnland:	Ministry of the Environment, Kasarmikatu 25, Helsinki, PO Box 35, FIN-00023 Government, Tel: ++358-9-160-07 Fax: ++358-9-160-39545, Internet: *www.ymparisto.fi/eng*
Frankreich:	Ministère de Developpement Durable et de l´Ecologie, 20 avenue de Séger, F-75302 Paris 07 SP, Tel: ++33-(0)1-42-192021, Fax :++33-(0)1-42 19 10 39 Internet: *http://www.environnement.gouv.fr/default.htm*
Griechenland:	Ministry of Environment, Physical Planning and Public Works, Amaliados 17, GR-Athens 115 23, Tel: ++30-210-6415700, Fax:++30-164 27 520, Internet: *www.minenv.gr*
Großbritannien:	Department for Environment, Food & Rural Affairs, Nobel House, 17 Smith Square, GB-London SW1 P 3JR, Tel: ++44-20-7238-6951, Fax: ++44-20-7238-6609, Internet: *www.defra.gov.uk*

Irland:	**Department of the Environment, Heritage and Local Government,** Custom House, IR-Dublin 1, Secretariat to Ministers, Press and information Unit, Tel: ++353-1-888-2000, Fax: ++353-1-888-2888, Internet: *www.environ.ie*
Italien:	**Ministero dell´Ambiente e delle Tutela del Territorio,** Via Cristoforo Colombo, n.44, I-00147 Roma, Tel: ++39-(0)65 7221, Fax: ++39-(0)65 7225 995 Internet: *www.minambiente.it*
Japan:	**Ministry of the Environment Government of Japan,** No. 5 Godochosha, 1-2-2 Kasumigaseki, Chiyoda-ku, Tokyo 100 8975, Tel: ++813-3581-3351, Fax: ++81-33591-3228 Internet: *http://www.env.go.jp/en/index.html*
Luxemburg:	**Ministère de l´Environnement,** Bureaux 18, Montée de la Pétrusse, L-2918 Luxemburg, Tel: ++352-478 6824, Fax: ++352-40 04 10. Internet: *www.mev.etat.lu*
Niederlande:	**Ministry of Spatial Planning, Housing and the Environment,** Rijnstraat 8, NL-2515 XP Den Haag, Tel: ++31-70-339-3939, Fax: ++31-70 339 1306 Internet: *www.vrom.nl*
Norwegen:	**Ministry of the Environment,** P.O. Box 8013 Dep, N-0030 Oslo, Tel: ++47-22-249-090, Fax: ++47-22-249-560 Internet: *http://odin.dep.no/md/engelsk/index-b-n-a.htm*
Österreich:	**Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft,** Stubenring 1, A-10101 Wien, Tel:++43-1-711000, Fax:++43-1711 00 2140, Internet: *www.lebensministerium.at*
Portugal:	**Ministry of Towns, Territorial Planning and Environment,** Rua de O Século 51, P-1200 433 Lisboa, Tel: ++35-1-213-23-2500, Fax: ++35-1-213-23-1539, Internet: *http://www.dga.min-amb.pt*
Schweden:	**Ministry of the Environment,** Tegelbacken 2, SE- 103 33 Stockholm, Tel: ++46-8-4051000, Fax: ++46-8-219628, Internet: *http://miljo.regeringen.se/english*
Spanien:	**Ministerio de Medio Ambiente,** Pza. San Juan de la Cruz. s/n, E-28071 Madrid, Tel: ++34-91-597-6000, Fax: ++34-91-597-6349, Internet: *http://www.mma.es*

UMWELTMINISTERIEN DER BEITRITTSLÄNDER

Estland:	**Ministry of the Environment,** Toompuistee 24, EE - 15172 Tallin, Tel: ++371-62628-02, Fax: ++371-62628-1, Internet: *www.envir.ee*
Lettland:	**Ministry of Environment,** Peldu Street 25, LV-1494 Riga, Tel: ++371-7026418, Fax: ++371-7820442, Internet: *www.vidm.gov.lv*
Litauen:	**Ministry of Environment,** 4/9 A. Jaksto, LT-2600 Vilnius, Tel: ++375-2663661, Fax: ++375-2663663
Malta:	**Ministry for Rural Affairs and the Environment,** Barrier Wharf, Valetta CMR 02, Malta, Tel: ++356-22952208, Fax: ++356-22952209, Internet: *http://mrae.gov.mt*
Polen:	**Ministry of Environment,** ul. Wawelska 52/54, PL-02-922 Warszawa, Tel: ++48-22-579-2900, Fax:++48-22 579 2263 Internet: *www.mos.gov.pl*
Slowakei:	**Ministerstvo Zivotneko Prostreida SR,** Nam L. Stura, SK 81235 Bratislava 1, Tel: ++421-2-5956-1111, Fax: ++421-2-5956-2031, Internet: *http://www.lifeenv.gov.sk*
Slowenien:	**Ministry of Environment, Spatial Planning and Energy,** Dunaiska c.48, PO BOX 653, SI-1000 Ljubljana, Tel: ++368-1478-7400, Fax: ++368-1478 7423, Internet: *www.sigov.si*
Tschechien:	**Ministry of the Environment,** Vrosicka 68, CZ-100 10 Praha 10, Tel: ++42-02-67-121, Fax: ++42-02-67-308, Internet: www.env.cz
Ungarn:	**Ministry of Environment and Water,** Fö Street 44-50, HU-1011 Budapest, Tel: ++36-80-401111, Fax:++36-1201 2491 Internet: *www.ktm.hu*
Zypern:	**Ministry of Agriculture, Natural Ressources and Environment,** Loukis Akritas Av., 1411 Lifkosia, Tel: ++357-22408305, Fax: ++357-22781156, Internet: *www.cyprus.gov.cy*

INSTITUTIONEN & VERBÄNDE

BDI - Bundesverband der Deutschen Industrie e.V.,
Breite Straße 29,
D-10178 Berlin, Germany
Tel: ++49-(0)30-2028-0,
Fax: ++49-(0)30-2028-2450,
Internet: *www.bdi-online.de*

BUND - Bund für Umwelt- und Naturschutz Deutschland e.V.,
Bundesgeschäftsstelle, Am Köllnischen Park 1,
D-10179 Berlin, Germany
Tel: ++49-(0)30-275864-0,
Fax: ++49-(0)30-275864-40,
Internet: *www.bund.net*

DGB - Deutscher Gewerkschaftsbund,
Hans-Böckler-Str. 39,
D-40476 Düsseldorf; Gemany
Tel: ++49-(0)211-4301-0,
Fax: ++49-(0)211-4301-111,
Internet: *http://www.dgb.de*

Econsense – Forum Nachhaltige Entwicklung,
Breite Straße 29,
D-10178 Berlin, Germany
Tel: ++49-(0)30-2028-1474,
Fax: ++49-(0)30-2028-2474,
Internet: *www.econsense.de*

future e.V.,
future Geschäftsstelle, Dr. Udo Westermann, Am Hof Schultmann 63,
D-48163 Münster, Germany
Tel: ++49-(0)251-97316-34,
Fax: ++49-(0)251-97316-35,
Internet: *www.future-ev.de*

Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e. V.,
Karlstraße 21,
D-60329 Frankfurt am Main, Germany
Tel: ++49-(0)69-25-561322,
Fax: ++49-(0)69-25-0345,
Internet: *www.ikw.org*

SETAC - Society for Environmental Toxicology and Chemistry, SETAC Europe,
Avenue. de la Toison d'Or 67,
B-1060 Brussels, Belgium
Tel: ++32-2-77-27281,
Fax: ++32-2-77-05386,
Internet: *www.setac.org/europe.html*

Unternehmensgrün e.V.,
Verband zur Förderung umweltgerechten Wirtschaftens, Hermannstraße 5a,
D-70178 Stuttgart, Germany
Tel: ++49-(0)711-61595-10,
Fax: ++49-(0)711-61595-40,
Internet: *www.unternehmensgruen.de*

Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.,
Markgrafenstraße 66,
D-10969 Berlin, Germany
Tel: ++49-(0)30-25800-0,
Fax: ++49-(0)30-
Internet: *www.vzbv.de*

IPP IM INTERNET

http://www.ipp-bayern.de
Darstellung der bayerischen IPP-Projekte

http://www.ioew.de/governance
Vorträge einer Sommerakademie zu IPP

http://www.coup21.de
Internetauftritt der Nürnberger Initiative Coup 21

http://www.defra.gov.uk/environment/consumerprod/index.htm
IPP-Aktivitäten in Großbritannien

http://www.internat.naturvardsverket.se
IPP-Aktivitäten der schwedischen Umweltbehörde

http://www.stmugv.bayern.de/de/abfall
IPP-Aktivitäten des Bundeslandes Bayern

http://www.uvm.baden-wuerttemberg.de
IPP-Aktivitäten des Bundeslandes Baden-Württemberg

http://www.umwelt-schweiz.ch/buwal/de/fachgebiete/fg_produkte/strategie/index.html
IPP-Aktivitäten in der Schweiz

http://www.europa.eu.int/comm/environment/ipp
IPP-Aktivitäten der DG Umwelt der EU

http://www.cfsd.org.uk/ipp-epd/index.html
Übersicht über Arbeiten und Aktivitäten des englischen "Centre for Sustainable Product Design"

http://www.uneptie.org/pc/sustain/design/design-subpage.htm
Internet-Auftritt der UNEP im Bereich nachhaltiger Konsum mit vielen Aktivitäten im Bereich Öko-Design, Produktions- und Konsummuster