



02. 04. 2003

25 Jahre Blauer Engel: Von Höhenflügen und Turbulenzen

Die Anfänge des ältesten Umweltzeichens der Welt

Waldsterben, Ölkrise oder Ozon bewegten Ende der 70er Jahre die Medien, andere Umweltprobleme spielten sich nur in Nachbars Garten ab: etwa motorbetriebene Rasenmäher mit ohrenbetäubendem Krach. Als damals die ersten leisen Geräte über den Rasen surrten, war dies hörbarer Umweltfortschritt und gleichzeitig der Einzug des Blauen Engels in die Hobbygärten. Rasenmäher mit dem neuen Umweltzeichen waren bis zu drei Viertel leiser als laute Mäher. Besitzer eines motorbetriebenen Gartenhelfers mit der Aufschrift „umweltfreundlich, weil lärmarm...“ schlossen den Blauen Engel schnell ins Herz, weil sie jetzt auch außerhalb der erlaubten Zeiten ihrer Leidenschaft nachgehen konnten - was den Mähern den Spitznamen „Sonntagmäher“ einbrachte. In den Häusern versüßte zwischenzeitlich das neue Umweltzeichen das Zischen rund ums Haar: Die Pflege kam zunehmend aus Spraydosen, die gut für das Haar und die Ozonschicht waren - erkennbar am Aufdruck „umweltfreundlich, weil FCKW-frei“. Abwechslungsreicher wurde es Ende der 70er auch in Deutschlands Toiletten, wo auf dem Klopapier das Umweltzeichen prangte und erklärte, woraus es besteht: „aus Recyclingpapier“.

An den Klassiker der ersten Stunde des Blauen Engels erinnern sich noch heute Generationen von Schülerinnen und Schülern: die Schulhef-

Herausgeber:

Umweltbundesamt

Pressestelle

Postfach 33 00 22

14191 Berlin

Tel.: +49 (0)30/89 03-22 26

Fax: +49 (0)30/89 03-27 98

Ansprechpartner:

Projektbüro Blauer Engel

Martin Lichtl

Eschborner Landstrasse 41-51

60489 Frankfurt/Main

Tel.: +49 (0)69/78 99 76-43

Fax: +49 (0)69/78 99 26-16

Mobil: +49 (0)172/83 38 582

m.lichtl@lichtl.com

te, „umweltfreundlich, weil aus 100 % Altpapier“.

Die Geburtsstunde des Blauen Engels war am 5. Juni 1978, als die Jury Umweltzeichen zu ihrer ersten Sitzung zusammentrat. Zum ersten Mal in der Geschichte der deutschen Umwelt- und Verbraucherpolitik saßen Vertreterinnen und Vertreter von Umwelt- und Verbraucherschutzverbänden, aus Industrie, Gewerkschaften und Politik an einem Tisch, um gemeinsam Fragen der Produktkennzeichnung zu beraten.

Für den damaligen Bundesinnenminister Gerhart Baum (FDP) war die schnelle Akzeptanz des Umweltzeichens in der Bevölkerung willkommen. Die Umweltpolitik des Innenministeriums - das Bundesumweltministerium wurde erst 1986 geschaffen - setzte auf freiwillige Anreize bei Herstellern und Verbrauchern. Strenge Umweltgesetze waren in Zeiten des zweiten Ölpreisschocks tabu. Bereits 1972 schrieb die Regierung Willy Brandts in ihrem Umweltprogramm eine einheitliche Kennzeichnung für umweltfreundliche Produkte fest. Die Idee, diese Produkte mit einem unabhängigen Logo zu kennzeichnen, gelangte durch eine Anfrage des CSU-Abgeordneten Hermann Biechele in den Bundestag. Bundesinnenminister Hans-Dietrich Genscher (1969 - 1974) unterstützte die Initiative aktiv, später setzten sich seine Nachfolger Werner Maihofer (1974 - 1978) und Gerhart Baum (1978 - 1982, alle FDP) dafür ein. Baum sagte: „Ich messe dem Umweltzeichen, das hoffentlich schnell auf den entsprechenden Produkten zu finden sein wird, sehr große Bedeutung bei.“

Die Vereinten Nationen „spendierten“ das Zeichen des UN-Umweltprogramms (UNEP), eine blaue Figur mit ausgebreiteten Armen. Im Sommer 1978 verabschiedete die unabhängige Jury Umweltzeichen

die ersten Vergaberichtlinien des Blauen Engels, wie er schon bald im Volksmund genannt wurde. Die Zeit für einen Kurswechsel in Sachen Umwelt schien reif zu sein: Umfragen bescheinigten der deutschen Bevölkerung ein hohes Maß an Umweltbewusstsein.

Der Blaue Engel im Aufwind

Bis Waren und Dienstleistungen mit dem Umweltzeichen zu einem alltäglichen Einkaufserlebnis wurden, verging noch etwas Zeit. Zum Start 1978 zeichnete der Blaue Engel nur wenige Artikel wie runderneuerte Reifen, Mehrwegflaschen und Toilettenpapier aus. Drei Jahre später trugen bereits rund 100 Produkte das Zeichen. Danach setzte der Blaue Engel zu seinem Höhenflug an - die Zahl der ausgezeichneten Produkte verdoppelte sich bis Ende der 80er Jahre nahezu im Jahresrhythmus. Bereits 1985 waren 1.300 verschiedene Produkte verfügbar, heute sind es rund 3.700. 780 Unternehmen nutzen ihn in über 90 Produktgruppen. Bis heute gilt: Der Blaue Engel zeichnet Produkte aus, die in ihrer ganzheitlichen Betrachtung besonders umweltfreundlich sind und zugleich hohe Ansprüche an den Gesundheits- und Arbeitsschutz sowie die Gebrauchstauglichkeit erfüllen.

Den ersten Bekanntheitsschub verdankte der Blaue Engel seinem konsequenten Einsatz für FCKW-freie Rasierschaum-, Deo- und Haarspraydosen. Bereits Anfang der 70er Jahre hatten erste Untersuchungen belegt, dass der gestiegene Ausstoß an Fluorchlorkohlenwasserstoffen, als Treibmittel in Sprühdosen eingesetzt, hauptverantwortlich für den Abbau der Ozonschicht war.

Die ab Anfang der 80er Jahre stetig wachsende Popularität des Blauen Engels blühte in Klassenzimmern von Westerland bis Berchtesgaden. Ob es die Vokabeln im Oktavheft waren, der solarbetriebene Taschenrechner im Matheunterricht oder die Deutsch-Hausaufgabe auf der Ringbucheinlage, der Blaue Engel wurde zum täglichen Begleiter vieler Schülerinnen und Schüler. Besonders Recyclingpapier („Umweltpapier“) entwickelte sich vom Nischenprodukt der Öko-Bewegung zum Alltagsgegenstand. Das Entsetzen über das Waldsterben ließ viele Eltern gezielt zu Schulheften mit dem Blauen Engel greifen. Und was Hänchen lernt, verlernt Hans nimmermehr: Die Einsatzquote von Altpapier an der gesamten deutschen Papierproduktion lag 2001 bereits bei 65 Prozent - 1985 waren es nur 12 Prozent. Auch in Küchen hielt Recyclingpapier in Form von Küchenrollen Einzug. Im Badezimmer half der Blaue Engel mit wassersparenden Armaturen und Spülkästen, den unnötigen Wasserverbrauch zu reduzieren. Gesundheitsbewusste Heimwerkerinnen und Heimwerker strichen Kinderzimmer, Heizkörper oder Fensterrahmen mit Farben und Lacken mit Blauem Engel. Der Marktanteil von emissionsarmen Farben und schadstoffarmen Lacken liegt heute im Do-it-yourself Bereich bei mehr als 80 Prozent.

Vom Erfolg umweltgerechter Produkte profitierten zunächst vor allem kleine, bis dahin meist unbekannte Hersteller. Die Marketingstrategen und Marktforscher von Großunternehmen wussten zwar um das wachsende Umweltbewusstsein der Verbraucher, hielten dies jedoch für eine kurzfristige Modeerscheinung. Kleinere Hersteller nutzten das Zögern ihrer etablierten Konkurrenz und deuteten die Umfragen optimistischer. Sie sollten Recht behalten: Die Umwelt- und Gesundheitsaspekte eines Produkts wurden für Verbraucherinnen und Verbraucher immer häufiger

zum Kaufargument. In manchen Produktgruppen taten sich Marktlücken auf, in die neue Marken vorstoßen konnten. Hersteller von Hygienepapieren aus 100 Prozent Altpapier verdanken dem Blauen Engel zum Beispiel den Weg aus der Nische zum Markenartikel und sagten irgendwann nur noch „danke“.

Blauer Engel im Gegenwind

Doch dem Blauen Engel wehte auch Gegenwind um die noch jungen Flügel. Im Einzelhandel hatten es umweltgerechte Produkte anfangs schwer, überhaupt in die Regale zu kommen. Den Lebensmittelketten und damals noch reichlich vorhandenen Tante-Emma-Läden waren die Absatzchancen zu ungewiss. Zunächst waren Blaue-Engel-Produkte daher vor allem in Baumärkten und im Zubehörhandel anzutreffen.

Einzelne Industriebranchen lehnten das Umweltzeichen für ihre Produktgruppen anfangs häufig gleich geschlossen ab. So wehrten sich die deutschen Automobilhersteller gegen die Aufnahme von Abgaskatalysatoren in das Programm des Blauen Engels. Obwohl die meisten deutschen Hersteller bereits Fahrzeuge mit serienmäßigem Katalysator für den nordamerikanischen Markt produzierten, lehnten sie es ab, auf ihrem Heimatmarkt mit dem Blauen Engel zu werben. Ein japanischer Hersteller bewegte schließlich mit einer Werbekampagne inklusive Blauem Engel die deutschen Automobilkonzerne zum Umdenken.

Der Widerstand der chemischen Industrie gegen den Blauen Engel auf FCKW-freien Spraydosen beschäftigte sogar das Bundeskartellamt. Einem Hersteller FCKW-freier Deosprays wurde mit einem Lieferstopp der

benötigten Grundstoffe gedroht. Das Umweltbundesamt wandte sich an das Bundeskartellamt, das mit einem abschließenden Urteil die weitere Produktion umweltfreundlicher Spraydosen sicherte. Im September 1987 wurde mit dem Montrealer Abkommen das weltweite Produktionsverbot von FCKW eingeleitet.

Die jüngste Geschichte, die der Blaue Engel schrieb, dauert noch an: Die Jury Umweltzeichen hat für strahlungsarme Handys einen Blauen Engel verabschiedet, doch davon wollen alle Hersteller, obwohl sie die Kriterien mit erarbeitet haben, nichts wissen. Noch nicht.

Der Blaue Engel begegnete immer wieder Justitia. Stein des Anstoßes war in den Anfangsjahren der Schriftzug „umweltfreundlich...“, der das Logo des Blauen Engels bis 1988 prägte. Toilettenpapier aus Recyclingpapier sei in der Kläranlage doch nicht umweltfreundlicher als konventionell hergestelltes, argumentierten die Hersteller von Konkurrenzprodukten. Umwelt- und Verbraucherschutzverbände fürchteten, die Umschrift könne zu schwerwiegenden Missverständnissen bei den Konsumenten führen: Anstelle eines umweltfreundlichen Fahrrads würden sie ein Auto mit Katalysator kaufen und Lacke mit reduziertem Lösemitelanteil könnten im Küchenabfluss landen, obwohl sie immer noch Sondermüll seien. Die Gerichte entschieden zwar zu guter Letzt meist im Sinne des Blauen Engels, die Kritik an der Umschrift verstummte allerdings erst, nachdem sie 1988 durch den neutraleren Schriftzug „Umweltzeichen, weil...“ ersetzt worden war. Das Beispiel der Katalysator-Autos zeigt, dass gut gemeinte Kritik zuweilen zu Fehlschlüssen verleitet: Es gab nie einen Blauen Engel für Autos, auch wenn entsprechende Aufkleber ab Mitte der 80er Jahre auf manchen Fahrzeugen diesen Ein-

druck weckten. Das Umweltzeichen bezog sich nur auf den Katalysator, der im Vergleich zu anderen Abgassystemen für Motoren wesentlich bessere Umwelteigenschaften aufweist. Der Blaue Engel prüft die Umweltfreundlichkeit von Produkten innerhalb einer Produktkategorie: Verglichen werden Lacke mit Lacken oder Kopierer mit Kopierern. Auch wenn Fahrräder umweltfreundlicher sind als motorbetriebene Fahrzeuge - das Umweltzeichen vergleicht nur Vergleichbares.

Den größten Anteil am 25-jährigen Erfolg des Blauen Engels haben die Käuferinnen und Käufer der mit ihm gekennzeichneten Produkte. Durch ihre Nachfrage konnten sich Produkte mit dem Blauen Engel über die Grenzen Deutschlands hinaus am Markt durchsetzen. Durch die ständige Weiterentwicklung und Anpassung der Vergaberichtlinien etablierte sich der Blaue Engel als verlässlicher Partner für den umweltgerechten Einkauf. In die Zukunft weisen die ersten Vergaberichtlinien für Drucker, Laptops und Mobiltelefone, mit denen umweltgerechtes e-Business erleichtert wird. Die Verbraucher werden entscheiden, ob sich der Blaue Engel auf diesen Produkten ebenso durchsetzen kann, wie bei Recyclingpapier oder Wandfarben. Der Blaue Engel für Mobiltelefone fand zwar noch keinen Anklang bei den Herstellern, dafür aber Eingang in den Koalitionsvertrag der aktuellen Bundesregierung.