

TEXTE

79/2014

Instrumente zur Förderung und Aktivierung ökologischen Designs – Weiterführung des Bundeswettbewerbs zur Ideengenerierung innovativer, ressourcen- und energieschonender Produkte

TEXTE 79/2014

Umweltforschungsplan des
Bundesministeriums für Umwelt,
Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit

Forschungskennzahl 3711 93 322
UBA-FB 002001

**Instrumente zur Förderung und Aktivierung
ökologischen Designs –
Weiterführung des Bundeswettbewerbs zur
Ideengenerierung innovativer, ressourcen-
und energieschonender Produkte**

Kurztitel: Bundespreis Ecodesign 2013

von

Cornelia Horsch, Ingrid Krauß
IDZ DesignPartner Berlin GmbH

Im Auftrag des Umweltbundesamtes

Impressum

Herausgeber:

Umweltbundesamt
Wörlitzer Platz 1
06844 Dessau-Roßlau
Tel: +49 340-2103-0
Fax: +49 340-2103-2285
info@umweltbundesamt.de
Internet: www.umweltbundesamt.de

 /umweltbundesamt.de

 /umweltbundesamt

Durchführung der Studie:

IDZ DesignPartner Berlin GmbH
Columbiadamm 10, 12101 Berlin

Abschlussdatum:

Mai 2014

Redaktion:

FG III 1.1 - Nachhaltige Konsumstrukturen
Lisa Cerny

Publikationen als pdf:

<http://www.umweltbundesamt.de/publikationen/instrumente-zur-foerderung-aktivierung>

ISSN 1862-4804

Dessau-Roßlau, August 2014

Das diesem Bericht zu Grunde liegende Vorhaben wurde mit Mitteln des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit unter der Forschungskennzahl 3711 93 322 gefördert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den Autorinnen und Autoren.

Kurzbeschreibung

Der Bundespreis Ecodesign ist im Jahr 2012 vom Bundesumweltministerium und dem Umweltbundesamt erstmals ausgelobt worden, mit dem Ziel, ökologisches Design verstärkt in den öffentlichen Fokus zu rücken und Innovationen auf diesem Gebiet zu fördern. Gegenstand des vorliegenden Forschungsvorhabens war die Fortführung und Weiterentwicklung des Wettbewerbskonzeptes und die Neuauslobung des Preises im Jahr 2013. Der Bundespreis Ecodesign sollte durch das Vorhaben etabliert und seine Durchführung langfristig gesichert werden. Im Projektverlauf wurde der Wettbewerb 2012 mit externer Hilfe durch den Projektbeirat und das Öko-Institut analysiert und ausgewertet, um das Verfahren für die zweite Ausschreibung zu optimieren. Der Fragebogen für das Bewerbungsverfahren wurde detaillierter gestaltet, die Kriterienmatrix, die im Rahmen des ersten Wettbewerbs entwickelt wurde, wurde erweitert und die neue Wettbewerbskategorie „Service“ eingeführt. Die Jury wurde mit einem zusätzlichen Vertreter für den Bereich Kommunikationsdesign besetzt. Die Internetpräsenz des Wettbewerbs wurde weiterentwickelt und zu einer Best-Practice-Plattform ausgebaut, mit dem Ziel, Hintergrundwissen, Arbeitshilfen und weiterführende Informationen zum Thema Ecodesign zu veröffentlichen sowie gute Beispiele für nachhaltige Gestaltung bekannter zu machen. Das BIS Berliner Institut für Sozialforschung wurde mit der Durchführung einer Umfrage beauftragt, um die Best-Practice-Plattform auf die Bedürfnisse der Designer/-innen und Unternehmen abzustimmen. Im Januar 2013 wurde der Bundespreis Ecodesign zum zweiten Mal ausgeschrieben. Mit insgesamt 191 Bewerbungen ging die Quantität im Vergleich zum Vorjahr leicht zurück. Jedoch haben insgesamt 132 Einreichungen (69 %) die Vorauswahl durch die Fachleute aus dem UBA und Projektbeirat bestanden und wurden zur Jurysitzung zugelassen (2012 waren es 140 von 301 Einreichungen: 46,5 %), dies lässt auf eine insgesamt höhere Qualität schließen. Bei der feierlichen Preisverleihung am 11. November 2013 im Bundesumweltministerium wurden 31 Nominierte und 12 Preisträger geehrt. 2014 ist der Bundespreis Ecodesign erneut in den Kategorien Produkt, Konzept, Service und Nachwuchs ausgelobt worden. Die Auslobung wurde durch eine Aufstockung der Mittel und eine Verlängerung des Projektzeitraums bis April 2014 ermöglicht. Die hohe Zahl (insgesamt 216) und die Bandbreite der Einreichungen zeigen, dass das Interesse bei den Designerinnen, Designern und Unternehmen nach wie vor hoch ist und der Preis sich als ein wichtiges Instrument zur Förderung ökologischer Produktinnovationen bewährt hat.

Abstract

The German Federal Ecodesign Award was announced for the first time in 2012 by the Federal Environment Ministry and the Federal Environment Agency with the aim of increasing awareness of ecological design among the general public and of encouraging innovation in this area. The objective of the present research project was the continuation and further development of the competition concept and the renewed endowment of the award in 2013. The project was further aimed at establishing as well as securing the implementation of the Federal Ecodesign Award in the long term. During the course of project, the competition was assessed and evaluated with external assistance by the project advisory board and the Öko-Institut in 2012, with the aim of optimising the process for the second call for submissions. The questionnaire for the application process was elaborated in greater detail, the criteria matrix developed for the first competition was broadened, and a new category of 'Service' was introduced. The jury was also assigned an additional representative from the field of communication design. The internet presence of the competition was further developed and expanded to become a 'Best-Practice' platform for the publication and hosting of background knowledge, work aids and additional information on the subject of ecodesign, as well as to give greater publicity to good examples

of sustainable design. The BIS Berlin Institute for Social Research was commissioned to conduct a survey aimed at attuning the Best-Practice platform to the requirements of designers and businesses. The Federal Ecodesign Award was announced for the second time in January 2013. With a total of 191, the number of submissions decreased slightly on the previous year. However, a total of 132 submissions (69%) were shortlisted by the experts from the UBA and the project advisory board and were thus approved for adjudication (in 2012, this figure was 140 from 301 submissions: 46.5%), suggesting a higher overall quality. The 31 nominees and 12 award-winners were honoured by the Federal Ministry for the Environment during an awards ceremony on 11 November 2013. In 2014, the Federal Ecodesign Award was announced once again in the categories of Product, Concept, Service and Young Talent. The competition/award was made possible by increased funding and an extension of the project period to April 2014. The high number (216 in total) and broad spectrum of applications show that interest continues to be high among designers and companies, and that the award has proven itself as an important instrument for the promotion of ecological product innovations.

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|----|
| Inhaltsverzeichnis..... | 6 |
| Abbildungsverzeichnis..... | 8 |
| Tabellenverzeichnis..... | 9 |
| Abkürzungen | 10 |
| 1 Zusammenfassung | 11 |
| 2 Summary | 24 |
| 3 Einleitung..... | 37 |
| 3.1 Thema des Forschungs- und Entwicklungsvorhabens..... | 37 |
| 3.2 Hintergrund und Ziele | 37 |
| 3.3 Aufgabenstellung und Laufzeit..... | 38 |
| 3.4 Ablauf des Vorhabens: Arbeitspakete und Zeitschiene | 39 |
| 4 Konzeption und Umsetzung der Best-Practice-Plattform..... | 44 |
| 4.1 Ergebnisse der durch das BIS Berliner Institut für Sozialforschung durchgeführten Umfrage | 44 |
| 4.2 Gliederung und Inhalte der Internetplattform..... | 45 |
| 4.2.1 „Über Ecodesign“ als neuer Menüpunkt | 45 |
| 4.2.2 Ausbau des Menüpunktes „Der Wettbewerb“ | 46 |
| 4.2.3 Informationen zur Wanderausstellung der Preisträger und Nominierten unter dem Menüpunkt „Die Ausstellung“ | 47 |
| 5 Prüfung und Erweiterung der Kriterienmatrix: Ergebnisse der Evaluierung durch das Öko-Institut | 48 |
| 5.1 Aufgabenstellung | 48 |
| 5.2 Vorgehensweise | 48 |
| 5.3 Ergebnisse..... | 49 |
| 5.3.1 Gutes Design und/oder guter Umweltschutz? | 49 |
| 5.3.2 Wesentliche Themenbereiche und Kriterienmatrix | 49 |
| 5.3.3 Auswertung der Bewerbungen für den Bundespreis Ecodesign 2012 | 50 |
| 5.3.4 Interviews | 51 |
| 5.3.5 Querbetrachtung zu den Kategorien..... | 52 |
| 5.3.6 Einzelaspekte | 53 |
| 5.3.7 Sonstiges | 55 |
| 6 Änderungen beim Wettbewerbsverfahren, den Kategorien und Kriterien | 56 |
| 7 Die Wettbewerbsergebnisse 2012 und 2013 im Vergleich: Einreichungen, Nominierte und Preisträger | 58 |
| 8 Jury..... | 63 |

| | | |
|----|---|----|
| 9 | Beirat | 64 |
| 10 | Medienresonanz..... | 65 |
| 11 | Schlussfolgerungen für die Weiterführung des Preises..... | 67 |
| | 11.1 Zusammenfassung..... | 67 |
| | 11.2 Schlussfolgerungen..... | 68 |
| 12 | Quellenverzeichnis..... | 73 |
| 13 | Anhang..... | 74 |
| | 13.1 Die Preisträger der Wettbewerbe 2012 und 2013 | 74 |
| | 13.1.1 In der Kategorie „Produkt“ | 74 |
| | 13.1.2 In der Kategorie „Konzept“ | 89 |
| | 13.1.3 In der Kategorie „Service“ (neue Wettbewerbskategorie 2013)..... | 92 |
| | 13.1.4 In der Kategorie „Nachwuchs“ | 93 |

Abbildungsverzeichnis

| | | |
|---------------|---|----|
| Abbildung 1: | Die Ausstellung im Designhaus Darmstadt | 47 |
| Abbildung 2: | Der T 12/1 eco!efficiency im Einsatz..... | 74 |
| Abbildung 3: | Eine Bluse von „Bis es mir vom Leibe fällt“ | 75 |
| Abbildung 4: | Ein firetube Ofen..... | 76 |
| Abbildung 5: | Die Website der Nachbarschaftsauto PCS GmbH..... | 77 |
| Abbildung 6: | Der RX 70 Hybridstapler mit Blue-Q..... | 78 |
| Abbildung 7: | Der Bürostuhl ON..... | 79 |
| Abbildung 8: | Die Bedien- und Steuerelemente des Wilo-Geniax | 80 |
| Abbildung 9: | Das weber.therm A 200 mit weber.pas AquaBalance Oberputzen..... | 81 |
| Abbildung 10: | Der bionic fire Ofen | 82 |
| Abbildung 11: | Der Hilti TE-YX im Einsatz..... | 83 |
| Abbildung 12: | Der LifeCycle Tower..... | 84 |
| Abbildung 13: | Ein Wagen der Metro-Plattform Inspiro..... | 85 |
| Abbildung 14: | PYUA Outdoor Kleidung..... | 86 |
| Abbildung 15: | Ein Teppich der Second Life Rugs Kollektion..... | 87 |
| Abbildung 16: | Der Elektroantrieb ZAwheel | 88 |
| Abbildung 17: | Das COBOC eCycle..... | 89 |
| Abbildung 18: | Das Velux LichtAktiv Haus | 90 |
| Abbildung 19: | Die Windturbine Revolver | 91 |
| Abbildung 20: | Der Solarkiosk..... | 92 |
| Abbildung 21: | Das .eco-Logo | 93 |
| Abbildung 22: | Der Joghurtbecher best before | 94 |
| Abbildung 23: | Der Pfandring | 95 |
| Abbildung 24: | Der Pullover Walentina..... | 96 |
| Abbildung 25: | Nachbarschaftliches Teilen | 97 |
| Abbildung 26: | Mit Integrated Urban Morphologies entworfenes Gebäude..... | 98 |
| Abbildung 27: | Mantel aus der STARTKLAR Kollektion | 99 |

Tabellenverzeichnis

| | |
|--|----|
| Tabelle 1: Einreichungen 2012 und 2013..... | 58 |
| Tabelle 2: Zur Jurysitzung zugelassene Einreichungen (bei bestandener Vorauswahl)..... | 58 |
| Tabelle 3: Nominierte 2012 und 2013 | 58 |
| Tabelle 4: Preisträger 2012 und 2013 | 59 |
| Tabelle 5: Leistungen der Medienpartner..... | 65 |
| Tabelle 6: Redaktionelle Beiträge | 66 |

Abkürzungen

| | |
|------|--|
| BMUB | Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit |
| IDZ | Internationales Design Zentrum Berlin e.V. |
| UBA | Umweltbundesamt |
| BIS | Berliner Institut für Sozialforschung GmbH |

1 Zusammenfassung

Einleitung

Die Umweltauswirkungen von Produkten werden zu einem großen Teil bereits in der Gestaltungs- und Entwicklungsphase festgelegt. Die Verankerung ökologischer Prinzipien im Designprozess – wie die intelligente Nutzung von Ressourcen und Energie, der Verzicht auf umwelt- und gesundheitsgefährdende Stoffe und die Vermeidung von Abfällen während des gesamten Lebenszyklus – ist daher von großer Bedeutung. Der Bundespreis Ecodesign hat die Förderung und Aktivierung ökologischen Designs zum Ziel. Der 2012 erstmals ausgelobte und in Deutschland einzigartige Preis sollte durch das hier beschriebene Vorhaben evaluiert und im Jahr 2013 erneut durchgeführt werden. Die wichtigsten Ziele des Vorhabens bestanden darin, nachhaltige Produktions- und Konsummuster zu stärken und Ecodesign als Gestaltungsansatz in seinen verschiedenen Ausprägungen bekannter zu machen sowie die Marktchancen für ökologische Produkte und Dienstleistungen zu verbessern.

Konzeption und Umsetzung der Best-Practice-Plattform

Neben der erneuten Auslobung und Durchführung des Wettbewerbs war der Ausbau der Internetseite www.bundespreis-ecodesign.de zu einer Best-Practice-Plattform Gegenstand des Forschungsvorhabens. Ziel dabei war es, auf dieser Plattform zukünftig nicht nur die Informationen zum Wettbewerb und die jeweils aktuelle Ausschreibung zu veröffentlichen, sondern auch Hintergrundwissen, Arbeitshilfen und weiterführende Informationen zum Thema Ecodesign sowie gute Beispiele als Inspirationsquelle und Hilfestellung für (angehende) Designer/-innen und potentielle Wettbewerbsteilnehmer/-innen. Langfristig wird angestrebt, die Internetseite zu einem zentralen Knotenpunkt für Ecodesign in Deutschland werden zu lassen.

Um die Internetplattform den Bedürfnissen der potentiellen Nutzer/-innen entsprechend zu gestalten, wurde zunächst – in Kooperation mit dem Berliner Institut für Sozialforschung GmbH (BIS) – eine Anforderungsanalyse durchgeführt. Anhand einer Online-Befragung wurde ermittelt, welche Themen möglichen Nutzerinnen und Nutzern der Plattform wichtig sind, welche Informationen gewünscht werden, welche konkreten Hilfestellungen für die praktische Umsetzung von Ecodesign benötigt werden sowie auch welche Hauptprobleme und Hemmnisse gegenwärtig bestehen. Zielgruppe der Befragung waren zum einen freiberufliche oder in einem Unternehmen bzw. einer Agentur angestellte Designer/-innen verschiedener Design-Sparten, Design-Studierende und Lehrende an Design-Hochschulen sowie Multiplikatoren im Design. Zum anderen wurden auch designorientierte Unternehmen, Netzwerke, Verbände und Institutionen aus dem Umweltbereich angeschrieben.

Es wurde ein Fragebogen entwickelt, der an 630 Personen verschickt wurde. Der Rücklauf lag bei insgesamt 201 Fragebögen. Die Analyse hat ergeben, dass der überwiegende Teil der Befragten (92 %) bereits ökologische Fragestellungen bei der Produktentwicklung und -gestaltung berücksichtigt, wobei über 40 % angaben, ökologische Aspekte schon seit mehr als fünf Jahren in die Entwicklung ihrer Produkte zu integrieren. Dennoch zeigte die Befragung, dass selbst bei dieser Gruppe noch ein erhebliches Wissensdefizit besteht. So haben über ein Viertel der Befragten angegeben, dass mangelnde Information eines der Hauptprobleme bei der Umsetzung von Ecodesign darstellt.

Die Struktur der Seite www.bundespreis-ecodesign.de wurde für die Einrichtung der Best-Practice-Plattform angepasst und bietet nun drei Zugangsmöglichkeiten (Hauptmenüs):

1. zu den Informationsangeboten zum Thema Ecodesign: „Über Ecodesign“

2. zum aktuellen Wettbewerb um den Bundespreis Ecodesign: „Der Wettbewerb“
3. zur Wanderausstellung der Preisträger und Nominierten: „Die Ausstellung“

Auf Basis der Ergebnisse der Anforderungsanalyse wurde der Menüpunkt „Über Ecodesign“ aufgebaut. Hier finden die Nutzer/-innen Informationen zu Hintergrundwissen wie Definitionen, Grundprinzipien, rechtliche Grundlagen und wichtige Veröffentlichungen. Außerdem ist die für den Wettbewerb entwickelte Kriterienmatrix unter diesem Menüpunkt zu finden. Informationen zu Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten werden ebenfalls hier veröffentlicht, eine Verknüpfung mit dem Projekt FKZ 3712 95 303 „Verankerung von ökologischen Aspekten in der Designausbildung“ ist angedacht. Desweiteren werden Informationen zu Methoden und Arbeitshilfen wie Datenbanken, Tools und Umweltmanagementsystemen bereitgestellt. Weiterführende Links zu interessanten Netzwerken, Initiativen, Portalen und Blogs rund um das Thema ökologisches Design runden diesen Unterpunkt ab.

Der Menüpunkt „Der Wettbewerb“ wurde neu strukturiert und weiter ausgebaut. Hier finden die Nutzer/-innen der Plattform die jeweils aktuelle Ausschreibung des Wettbewerbs mit allen relevanten Informationen (AGBs, Verfahren, Jury usw.). Gleichzeitig erfolgt in diesem Bereich die Registrierung für die Teilnahme am Wettbewerb, wie auch die Verwaltung, Bewertung und Vorauswahl der Einreichungen über die dafür erstellten Online-Masken.

Weiterhin werden die Preisträger und Nominierten, ein Pressearchiv und ein Pressespiegel sowie Impressionen/Bilder von der Jurysitzung und Preisverleihung der vergangenen Wettbewerbe veröffentlicht.

Unter dem Menüpunkt „Die Ausstellung“ werden alle aktuellen Informationen zur Wanderausstellung wie Ziele, Inhalte, Exponate, Impressionen/Bilder der verschiedenen Stationen, Informationen über die Orte und Termine, Verlinkung zu den Veranstaltern sowie Presseinformationen veröffentlicht.

Prüfung und Erweiterung der Kriterienmatrix

Ein wichtiger Punkt bei der Konzeptüberarbeitung des Wettbewerbs war die Evaluierung der im Vorfeld der Auslobung 2012 entwickelten Kriterienmatrix¹. Die Matrix bildet die wesentlichen Kriterien zur Bewertung der Gestaltungsqualität und der ökologischen Qualität von Produkten ab und dient zur Information und Orientierung sowohl für die Wettbewerbsteilnehmer/-innen als auch für die Jury. Es sollte geprüft werden, ob die Matrix die wichtigsten Fragestellungen zur Bewertung der ökologischen Produktqualität enthält und ob sie sich in der Praxis bewährt hat.

Um den Einsatz der Kriterienmatrix in der Praxis zu evaluieren und bei Bedarf Vorschläge zur möglichen Weiterentwicklung vorzulegen, wurde das Öko-Institut mit einer Kurzstudie beauftragt. Bei der Bearbeitung sollten vor allem die folgenden Punkte näher behandelt werden: die Prüfung der Kriterienmatrix auf Vollständigkeit, Vorschläge für konkrete Ausschlusskriterien, eine stärkere Ausweitung der Kriterien auf alle in Frage kommenden Produkte sowie zusätzlich eine Erweiterung für den Bereich Dienstleistungen.

Im Rahmen der Kurzstudie wurden die ausgefüllten Bewerbungsbögen für den Bundespreis Ecodesign 2012 gesichtet und ein Entwurfs-Papier zur Evaluation und möglicher Weiterentwicklungen erarbeitet. Mögliche Änderungen wurden mit dem IDZ, den Beiratsmitgliedern sowie den Auftraggebern BMUB und UBA diskutiert.

¹ www.bundespreis-ecodesign.de/de/ecodesign/kriterien.html

Des Weiteren wurden fragebogengestützte Telefon-Interviews mit Jurymitgliedern, Unternehmen, Designerinnen und Designern sowie mit bei der Expertenbewertung beteiligten Vertretern aus dem UBA geführt. Die Ergebnisse wurden in der Kurzstudie aufgenommen.

Zur Evaluierung der Kriterien stellte das Öko-Institut die übergeordnete Frage „Gutes Design und/oder guter Umweltschutz?“. Folgende Empfehlungen wurden im Hinblick darauf ausgesprochen:

- Bei der Ausschreibung hervorheben, dass erstens sowohl die ökologischen als auch die gestalterischen Anforderungen berücksichtigt werden müssen und dass zweitens mindestens eine der Anforderungen in hervorragender Weise erfüllt werden muss und die andere Anforderung mindestens überdurchschnittlich.
- In den Bewerbungsunterlagen stärker darauf hinzuweisen, dass die Bewerber vergleichend aufzeigen sollen, warum ihr Produkt gegenüber den bereits auf dem Markt befindlichen Produkten deutlich besser ist.
- Speziell bei Dienstleistungen wurde festgestellt, dass größere Herausforderungen bestehen, das Design darzustellen bzw. die Dienstleistung als Jury direkt zu erproben. Es wurde empfohlen, bei den Bewerbungen mehr bzw. besseres „Storytelling“ einzufordern.

Im Bewerbungsbogen für den Wettbewerb 2012 wurden Fragen zu insgesamt vier Themenbereichen gestellt: Innovationsgrad, Umweltschutz, Umweltbelastung sowie Auswirkungen auf Alltagskultur und Nutzerverhalten. In der Kriterienmatrix, die dem Bewertungsprozess zugrunde lag, wurden diese detailliert aufgeführt bzw. in Indikatoren übersetzt und über den Produktlebenszyklus dargestellt. Dabei wurden Design- und Umweltaspekte zusammen betrachtet. Ein Teil der Parameter bezog sich eher aufs Design (Idee und Gesamtkonzeption, Gestaltung und Konstruktion, Produktkommunikation) und ein anderer Teil auf den Umwelt-, Ressourcen- und Gesundheitsschutz (Material- und Energieeinsatz, Schadstoffe, wie Emissionen, Sozial- und Gesundheitsverträglichkeit). Zusätzlich wurde als wesentlicher Indikator zur Sozialverträglichkeit bei der Herstellung auf die Einhaltung der ILO-Kernarbeitsnormen hingewiesen.

Die Auswertung des Bewerbungsbogens und der Kriterienmatrix führte zu folgenden Empfehlungen:

- Die Themen **Umweltschutz** und **Umweltbelastung** bei den im Bewerbungsbogen abgefragten Kategorien zusammenzufassen. Da eine absolute Bewertung von Umweltaspekten schwer fällt, wurde empfohlen, die Umweltentlastung gegenüber einem vergleichbaren konventionellen Produkt darzustellen oder – im Falle völlig neuer Produkte – gegenüber dem Status Quo.
- Bei den Fragen zum **Innovationsgrad** wurde empfohlen, zwischen Umwelt-Innovation und Design-Innovation zu unterscheiden und beim Design den Aspekt der Vermarktung stärker zu betonen.
- Eine zusätzliche Empfehlung lautete, **Nutzen** und **Preise/Lebenszykluskosten** als neue Fragenkomplexe einzuführen.

Zur Auswertung der Bewerbungen wurden die Einreichungen nach Produktgruppen aufgeteilt. Für zukünftige Wettbewerbe wurde empfohlen, Materialien auszuschließen, da diese sowohl hinsichtlich der Materialqualität und Ökologie als auch hinsichtlich des Designs ohne detaillierte Prüfungen sehr schwer zu beurteilen sind. Dienstleistungen wurden als wichtiger Bereich gesehen, der beibehalten werden und noch verstärkt beworben werden sollte. Hinsichtlich der Unterteilung in verschiedene Wettbewerbskategorien wurde empfohlen, detailliertere Kategorien aufzustellen, um eine bessere Vergleichbarkeit und Bewertung zu ermöglichen (hierbei

jedoch Einreichungen zu Materialien auszuschließen). Vorgeschlagen wurden folgende Kategorien:

- Produkte aller Art (technische Produkte, Möbel, Leuchten, Textilien, etc.);
- Dienstleistungen aller Art;
- Mobilitäts-Produkte und Dienstleistungen;
- Gebäude und Wohnmodelle;
- Umwelt- und Nachhaltigkeits-Bildung (Produkte und Dienstleistungen, professionell gestaltete Entwürfe, aber auch Nachwuchs);
- Konzepte, Ideen und Dienstleistungen.

Ergänzend zur Auswertung der Kriterien und Bewerbungen führte das Öko-Institut fragebogengestützte Telefoninterviews zum Wettbewerbsverfahren und Bewertungsprozess 2012 durch – mit insgesamt 14 Mitgliedern des Beirats, der Jury, Fachleuten des Umweltbundesamts und mit Preisträgern der drei Wettbewerbskategorien. Insgesamt wurde der Bundespreis Ecodesign von den Befragten als sehr gut und hochkarätig eingeschätzt. Die Gesamteinschätzung war, dass er zum wichtigsten Designpreis werden könnte und dass er gegenüber anderen Designpreisen durch den zusätzlichen Bezug auf Ökologie einen klaren Mehrwert bietet. Es gab einige Ergänzungen und Änderungsvorschläge hinsichtlich des Wettbewerbsverfahrens (vgl. dazu Punkt 5.3.4 des Berichtes). Die Medienarbeit wurde ebenfalls als verbesserungswürdig angesehen, sowohl im Vorfeld (z. B. durch Hintergrundgespräche mit Medienvertretern), wie auch in der Nachverfolgung.

Des Weiteren wurden die folgenden Einzelaspekte im Zuge der Evaluierung vertiefend behandelt:

- **Erweiterung auf Dienstleistungen**
Grundsätzlich wurde festgehalten, dass die bisherige Kriterienmatrix auch für Dienstleistungen geeignet sei – denn Dienstleistungen sind entlang des Lebenszyklus immer auch mit materiellen Aktivitäten verbunden.
- **Prüfung der ökologischen Aspekte auf Vollständigkeit**
Die Prüfung ergab, dass folgende Umweltaspekte im Fragebogen und in der Kriterienmatrix nicht aufgeführt sind und ergänzt werden könnten: Lärm, Flächenbedarf, Strahlenschutz und Biodiversität.
- **Vorschläge für konkrete Ausschlusskriterien**
Hier wurden drei Bereiche als relevant hervorgehoben und näher erläutert: **fraglicher Nutzen** (z. B. Alkohol, Tabak, Spiel mit Suchtgefahr), **problematische Inhaltsstoffe** und **soziale Hot-Spots** (Kinderarbeit, schlechte Bezahlung, gesundheitsgefährdende Arbeitsbedingungen aber auch Korruption, massive Behinderung von Betriebsrat und Gewerkschaften oder massive Verletzung des Datenschutzes). Generell wurde angeraten, auf die Ausschlusskriterien bzw. Anforderungen beim Umweltzeichen Blauer Engel zu verweisen.
- **Vorschläge zum Umgang mit Zielkonflikten**
Es wurde festgehalten, dass in der Praxis verschiedene Zielkonflikte auftreten können. Typische Zielkonflikte, wie Nutzensausweitung und Umweltbelastung oder Kosten und Umweltschutz, wurden erörtert und eine adäquate Behandlung bei der Bewerbung bzw. im Vorfeld bei der Entwicklung vorgeschlagen.

- **Technische bzw. produktimmanente Unterstützung von umweltfreundlichem Verhalten und Geräte-Voreinstellungen**

Es wurde empfohlen, auf die Bedeutung dieser Möglichkeiten im Bewerbungsbogen hinzuweisen, zum Beispiel im Bereich „Auswirkungen auf Alltagskultur und Nutzerverhalten“. Als wesentliche Ansätze wurden die folgenden Lösungen benannt: automatische Lösungen (Ersatz durch Automatik-Funktionen, Werkseinstellungen, technische Maßnahmen zur Abmilderung von umweltbelastendem Verhalten), informationsbasierte Lösungen (Warnsignale zur Erkennung von potenziell umweltbelastendem Verhalten, Information zum aktuellen oder aggregierten Energieverbrauch), Maßnahmen zur Erleichterung von umweltfreundlichem Verhalten, Einführung von Sparprogrammen, unterstützende Zweit-Produkte.

- **Stärkerer Fokus auf verbraucherbezogene Aspekte wie Vertragsgestaltung, Datenschutz, Gewährleistung etc.**

Es wurde angeregt, diese Punkte im Fragebogen und in der Kriterienmatrix zu ergänzen sowie positive und negative Praxisbeispiele als Hintergrundmaterial zur Verfügung zu stellen.

Änderungen beim Wettbewerbsverfahren, den Kategorien und Kriterien

Die meisten Empfehlungen und Änderungsvorschläge, die im Zuge der Evaluierung durch das Öko-Institut erarbeitet wurden, fanden Eingang in die Überarbeitung der Wettbewerbsunterlagen und Kriterien. Der Bewerbungsbogen und die Kriterienmatrix wurden ergänzt und die neue Wettbewerbskategorie „Service“ eingeführt.

Auch in weiteren Punkten wurde der Wettbewerb einer Prüfung und Evaluierung unterzogen. Folgende Vorschläge wurden erarbeitet und am 23. November 2013 mit den Auftraggebern und dem Projektbeirat diskutiert. Im Wesentlichen ergab die Diskussion, dass sich das Wettbewerbsverfahren in den meisten Punkten bewährt habe, nur an wenigen Stellen wurden Anpassungen oder Änderungen beschlossen:

Wettbewerbsverfahren

- Beibehalten des dreistufigen Verfahrens: formale Prüfung der Einreichungen durch das IDZ, Expertenbewertung und Vorauswahl durch das UBA und den Projektbeirat, Jurysitzung.
- Anmeldung weiterhin über eine Online-Maske, da dies die ökologischste Variante ist und die Abläufe wesentlich erleichtert.
- Anpassung und weitere Optimierung der Website, um das Verfahren noch einfacher und weniger fehleranfällig zu machen. Die zusätzliche Option des PDF-Anmeldeformulars hat sich bewährt, sollte von vornherein angeboten werden.
- Rückmeldungen von Seiten der Experten und der Jury zum Online-Bewertungstool: vorwiegend positiv, Beibehalten des Online-Bewertungsverfahrens, Optimierung der Software, sodass das Laden der Seiten schneller erfolgt.

Zusammensetzung des Expertengremiums für die Vorauswahl

Hier wurde festgestellt, dass die Bewertung viel Zeit in Anspruch nimmt und zu klären ist, wie in Zukunft damit verfahren wird: Sind die Beiratsmitglieder und die Fachleute aus dem UBA, die die Bewertung vorgenommen haben, weiterhin dazu bereit, ihre Expertise zur Verfügung zu stellen? Auf Seiten des Beirats gab es dazu eine positive Rückmeldung und auch innerhalb des UBA wird das Projekt weiterhin unterstützt, sodass auch 2013 und 2014 eine fundierte Bewertung gesichert werden konnte.

Bewertungsprozedere

- Beibehaltung des Prozederes: Möglichkeit zur Kommentierung, Ankreuzen ja/nein/unsicher,
- Neues Feld „Zusatzinfos einholen“ einfügen, da häufig Fälle auftraten, wo zur Bewertung noch weitere Informationen gebraucht wurden und diese dann umständlich im Nachhinein über E-Mail angefragt werden mussten.
- Die Kommentare der anderen Bewerber/-innen sollten weiterhin gesehen werden, da es für die Designbewertung interessant und hilfreich ist, zu sehen, wie die Umweltbewertung ausgefallen ist. Das Problem der Beeinflussung wurde als nicht gravierend betrachtet.

Jury und Jurysitzung

- Die Zusammensetzung der Jury mit Designerinnen, Designern und Umweltfachleuten wurde als sinnvoll betrachtet, eine Ergänzung aus der Architektur wurde empfohlen. Da 2012 ein Modellprojekt aus der Architektur (das Velux LichtAktiv Haus) ausgezeichnet wurde, war hier mit einer Signalwirkung und damit mehr Einreichungen zu rechnen. Zusätzlich wurde durch den Beirat angeregt, auch eine Expertin oder einen Experten aus dem Kommunikationsdesign hinzuzuziehen.
- Der Ort für die Jurysitzung (der ehemalige Flughafen Tempelhof in Berlin) wurde von allen Beteiligten als sehr gut geeignet empfunden, es wurde beschlossen, die Sitzung 2013 wieder in denselben Räumen stattfinden zu lassen.
- Optimierung der Abläufe und Logistik (Anlieferung/Abholung bzw. Versand)
- Trotz Vorauswahl hatte jedes Jurymitglied die Möglichkeit, im Vorfeld alle Bewerbungen zu sichten und sich auch bei der Vorauswahl einzubringen. Allerdings zeigte sich bei der eintägigen Jurysitzung, dass die Vorauswahl zahlenmäßig immer noch zu hoch war, zumal auch drei unterschiedliche Kategorien (Produkt, Konzept, Nachwuchs) zu beachten waren. Hier wurde durch die Jurymitglieder empfohlen, eine zahlenmäßig eingeschränktere Vorauswahl (Shortlist) zu treffen.

Teilnahmegebühren

- Höhe der Gebühr und Staffelung nach Unternehmensgröße sollte beibehalten werden, evtl. sollte für Gründer/Startups noch eine weitere Stufe mit einer niedrigeren Gebühr hinzugefügt werden. Studierende sollten weiterhin kostenlos teilnehmen dürfen; Gründer/Berufsanfänger würden dann in der Kategorie „Nachwuchs“ wegfallen.
- Ggf. Erhöhung der Gebühr für große Unternehmen (1.000,00 Euro anstatt 750,00 Euro)

Nominierungen und Preise

- Festlegung einer maximalen Anzahl (15 Preisträger)

Kategorien und Kriterien

- Kategorie Konzept: wurde manchmal missverstanden, hier sollte klarer kommuniziert werden, was genau unter Konzept verstanden wird (Modellprojekte, Konzeptstudien, Forschungsprojekte).
- Kategorie Produkt: Es wurde ausführlich darüber diskutiert, ob eine neue und detailliertere Einteilung in Unterkategorien erfolgen sollte, um eine bessere Vergleichbarkeit und Bewertung zu ermöglichen (z. B. Möbel, Beleuchtung, Mobilität, Textilien/Mode, Architektur/Bau/Wand/Boden, Elektrogeräte/Weiße Ware/Werkzeuge, Verpackung, Experimentelles)

Design, Produkte für Kinder, Investitionsgüter, Dienstleistungen). Die Entscheidung fiel dagegen aus, da offene Kategorien weniger ausschließend wirken als Kategorien, die entlang bestimmter Produktgruppen formuliert werden. Jedoch wurde beschlossen, die Einteilung in verschiedene Unterkategorien im Bewerbungsbogen und dem Online-Anmeldetool vorzunehmen, sodass es intern möglich wird, die Einreichungen entsprechend zu gruppieren.

- Anpassung und Erweiterung der Kriterienmatrix und des Bewerbungsbogens, auf Basis der Ergebnisse der Evaluierung durch das Öko-Institut (siehe Kapitel 5 des Berichtes). Es wurde als wichtig erachtet, die Kriterienmatrix auch im neuen Wettbewerb eher als Hintergrundinformation für die Teilnehmer/-innen und für die Bewertung (Vorauswahl und Jurysitzung) zu sehen, nicht als Liste zum Abhaken.

Die Wettbewerbsergebnisse 2012 und 2013 im Vergleich

In den Jahren 2012 und 2013 wurden 492 Projekte beim Bundespreis Ecodesign eingereicht, wobei die Zahl bei der ersten Auslobung höher lag (301). Die Erwartungen, die an die Auslobung des Wettbewerbs gestellt wurden, sind damit weit übertroffen worden. Zum einen konnte in den ersten beiden Jahren seines Bestehens noch nicht von einem hohen Bekanntheitsgrad ausgegangen werden. Zum anderen sind die Anforderungen und damit auch die Hürden für eine Teilnahme wesentlich höher als bei anderen Designwettbewerben.

Die hohe Resonanz auf den Bundespreis Ecodesign in der Designwelt (vor allem auch bei den Hochschulen und den Nachwuchsdesignerinnen und -designern) aber auch bei den Unternehmen zeigt, dass es ein großes Interesse an dem Thema gibt und gleichzeitig die Bereitschaft besteht, sich dem Wettbewerb und den Qualitätsansprüchen eines Bundespreises zu stellen.

Insgesamt 51 Nominierte und 14 Preisträger (8 Produkte, 2 Konzepte, 1 Nachwuchspreis und 3 weitere Anerkennungen in der Kategorie „Nachwuchs“) im Jahr 2012 und 31 Nominierte und 12 Preisträger (7 Produkte, 1 Dienstleistung, 1 Konzept und 3 Nachwuchspreise) beim Wettbewerb 2013 sind eine beachtliche Zahl, die zeigt, dass nicht nur das Interesse am Thema Ecodesign sondern auch die Qualität der Arbeiten hoch ist.

Die Einreichungen bildeten ein breites Produktspektrum ab, verschiedenste Branchen und Design-Sparten waren vertreten (Produktgestaltung, Kommunikationsdesign, Corporate Design, Interfacegestaltung, Verpackungsdesign, Service Design u. a.). Die Bandbreite ökologischen Designs als Gestaltungsansatz wurde dadurch noch einmal deutlich.

In der Kategorie „Nachwuchs“ waren Studierende, Absolventinnen und Absolventen zahlreicher Hochschulen aus dem gesamten Bundesgebiet vertreten. Hier war mit insgesamt 191 im Jahr 2012 und 109 im Jahr 2013 die größte Zahl der Einreichungen zu verzeichnen – wobei sich die geringere Zahl beim zweiten Wettbewerb dadurch erklären lässt, dass bei der ersten Auslobung viele Diplome oder ältere Arbeiten eingereicht wurden, beim zweiten Wettbewerb in der Mehrzahl aktuelle Arbeiten. Aus der großen Zahl der Einreichungen kann geschlossen werden, dass gerade beim Nachwuchs das Interesse und Potential besonders hoch ist. Jedoch ging auch die Schere bei der Qualität der Einreichungen in der Kategorie „Nachwuchs“ sehr weit auseinander. Beim Wettbewerb 2012 haben nur 67 die Vorauswahl bestanden und wurden zur Jurysitzung zugelassen, 2013 waren es insgesamt 70 – während in der Kategorie Produkt 59 von 87 Einreichungen im Jahr 2012 und 46 von 59 Einreichungen im Jahr 2013 diese Hürde genommen haben. In der Kategorie Konzept waren es 14 von insgesamt 23 Einreichungen im Jahr 2012 und 7 von insgesamt 10 Einreichungen im Jahr 2013. In der 2013 neu ausgelobten Wettbewerbskategorie Service war das Verhältnis ähnlich, 9 von 13 Einreichungen haben die Vorauswahl bestanden.

Die Nominierten und insbesondere die Preisträger des Bundespreises Ecodesign bieten als Best-Practice-Beispiele Orientierung für Designerinnen und Designer, für Produzenten aber auch für Verbraucherinnen und Verbraucher. Sie verdeutlichen, dass gutes, ästhetisch ansprechendes Design und Umweltverträglichkeit längst keinen Widerspruch mehr darstellen und verhelfen dem ökologischem Design so zu mehr Akzeptanz.

Medienresonanz

Die bestehenden Medienpartnerschaften aus dem Jahr 2012 wurden auch 2013 weitergeführt. Als neuer Medienpartner konnte das Magazin für Design und Nachhaltigkeit Pure gewonnen werden. Die Verträge wurden erneuert und für die Jahre 2013 und 2014 verlängert. Bis auf das Internetportal Utopia waren alle an der Fortsetzung der Medienpartnerschaft interessiert.

Medienpartner des Bundespreises Ecodesign 2013 waren: das Wirtschaftsmagazin brand eins, die Designzeitschriften design report und form sowie das Design- und Lifestylmagazin H.O.M.E., die Zeitschrift Pure sowie die Internetportale stylepark und utopia. Medienpartner des Bundespreises Ecodesign 2014 sind: das Wirtschaftsmagazin brand eins, die Designzeitschriften design report und form sowie das Design- und Lifestylmagazin H.O.M.E., die Zeitschrift Pure und das Internetportal stylepark.

Für die Medienpartnerschaften 2015 ist angedacht, weitere Kooperationen mit Medien aus dem Bereich Nachhaltigkeit und/oder Wirtschaft einzugehen. Dies könnten beispielsweise das Wirtschaftsmagazin enorm oder das Magazin forum Nachhaltig Wirtschaften sein.

Bei der Bewerbung des Preises haben die Medienpartner das Projekt im Rahmen ihrer Möglichkeiten mit der Schaltung kostenloser Anzeigen oder Werbebanner unterstützt. Des Weiteren veröffentlichten einige Medienpartner auch redaktionelle Beiträge zum Wettbewerb.

Wie auch beim Bundespreis Ecodesign 2012 wurden im Verlauf des Wettbewerbsverfahrens von BMUB/UBA und IDZ Pressemitteilungen verschickt: zur Ausschreibung des Wettbewerbs im Januar 2013, unmittelbar nach der Jurysitzung im Oktober und der Preisverleihung im November 2013. Die Medienresonanz zum Bundespreis Ecodesign 2013 war mit rund 82 Veröffentlichungen in Print- und Online-Medien sehr gut. Ein leichter Rücklauf der Pressepräsenz und Berichterstattung wurde bei der Preisverleihung festgestellt. Dies kann jedoch darauf zurückzuführen sein, dass bei der Preisverleihung im Jahr 2012 der Bundesumweltminister Peter Altmaier persönlich die Preise übergeben hat, während er 2013 durch die Parlamentarische Staatssekretärin im BMUB, Ursula Heinen-Esser vertreten wurde. Hinzu kommt, dass die erstmalige Auslobung eines neuen Designpreises für die Presse interessanter ist als eine bereits etablierte Veranstaltung. Dennoch war die Presseresonanz zur Preisverleihung und die Berichterstattung über die Preisträger und Nominierten insgesamt positiv. Die Ausschreibung zum Bundespreis Ecodesign 2014 wurde mit rund 30 Veröffentlichungen ebenfalls gut in den Medien kommuniziert.

Zusammenfassung

Der Bundespreis Ecodesign wurde als Instrument zur Förderung ökologischer Produktinnovationen und zur Verbreitung von Ökodesign als Gestaltungsprinzip entwickelt. Umweltgerechte Gestaltung ist ein Schlüssel zu einer nachhaltigen Gesellschaft und ökologisches Design ist mit Blick auf eine zukunftsorientierte integrierte Produkt- und Verbraucherpolitik unerlässlich. Design ist nicht nur als ästhetisches Merkmal zu begreifen. Design trägt Verantwortung in sozialen, ökologischen und ökonomischen Fragen und funktioniert als Schnittstellendisziplin innerhalb dieser Bereiche. Mit dem Bundespreis Ecodesign ist ein Instrument geschaffen worden, um

die gesellschaftlichen Aufgaben des Designs zu fördern. Die unterschiedlichen Slogans, unter denen der Wettbewerb ausgelobt worden ist, wollen dies zum Ausdruck bringen.

Unter dem plakativen Motto „Design kann die Welt nicht retten. Oder doch?“ startete der Bundespreis Ecodesign im Jahr 2012. Der Preis appellierte an die gesellschaftlichen Aufgaben, die Design übernehmen sollte und an die Verantwortung, die jeder Designer und jedes Unternehmen für die Umwelt übernehmen kann. Die Welt retten kann Design sicher nicht, aber dass gute Gestaltung einen Beitrag dazu leisten kann, bewiesen die Preisträger und Nominierten des Bundespreises.

2013 wurde der Preis unter dem Motto „Grün färben reicht nicht“ erneut ausgeschrieben. Der Slogan setzte ein klares Zeichen gegen das in der Werbe- und Unternehmenskommunikation leider weit verbreitete Greenwashing. Die Preisträger und Nominierten räumten mit dem Vorurteil, im Design gehe es nur um schöne Oberflächengestaltung, auf. Unternehmen, die sich nur ein grünes Image verleihen wollen, haben beim Bundespreis Ecodesign mit seinem kritischen und strengen Bewertungsverfahren keine Chance.

Der Bundespreis Ecodesign will gezielt Innovationen auf dem Gebiet des Ökodesigns fördern. Das Motto des dritten Bundespreises Ecodesign lautete 2014 daher „Grüne Innovation kommt weiter“. Innovationen beziehen sich hier nicht nur auf neue nachhaltige Materialien oder andere produktbezogene Kriterien. Auch der Designbegriff als solcher hat sich in den letzten Jahren gewandelt. Immer stärker rückt gerade in der ökologischen Diskussion der Begriff des Service Designs in den Fokus der Gestalter/-innen. 2013 ist deshalb die neue Wettbewerbskategorie „Service“ eingeführt worden. Hier können Dienstleistungen und Systemlösungen eingereicht werden.

In der Kategorie „Service“ gab es 2013 mit dem Projekt Solarkiosk einen Preisträger (siehe Anhang S. 90). Nominiert wurden außerdem noch ein Take-Back-System für Schuhe und Bekleidung sowie die Online-Plattform „Zeit statt Zeug“², auf der anstelle von dinglichen Geschenken gemeinsame Zeit verschenkt werden kann. Die Einreichungen in dieser Kategorie waren mit insgesamt 13 nicht so hoch wie beispielsweise in der klassischen Kategorie „Produkt“ mit 59 Einreichungen. Die Disziplin des Service Designs ist vergleichsweise jung und wenig verbreitet. Designbüros beschäftigen sich hauptsächlich noch mit der dinglichen Gestaltung. Produkte durch Dienstleistungen zu ergänzen oder wenn möglich zu ersetzen, gilt jedoch als eine zukunftsweisende Strategie im Bereich der nachhaltigen Entwicklung. Trends wie „Nutzen statt Besitzen“ werden immer wichtiger und das Arbeitsfeld des Designers wandelt sich. Deshalb ist es besonders wichtig, Projekte aus dem Bereich des Service Designs zu fördern und die nicht-materielle Gestaltung von Systemen und Dienstleistungen in den Fokus der Gestalter/-innen und letztendlich der Öffentlichkeit zu rücken.

Schlussfolgerungen und Empfehlungen für die Weiterführung des Preises

Der Bundespreis Ecodesign hat sich als glaubwürdiger und transparenter Wettbewerb etabliert und fungiert als richtungsweisendes Merkmal für Wirtschaft und Verbraucher/-innen. Die zahlreichen und qualitativ hochwertigen Einreichungen sowie die positive Resonanz aus der Fachöffentlichkeit beweisen, dass das Wettbewerbskonzept zukunftsweisend ist und dazu beiträgt, die Idee des ökologischen Designs in vielen Produktbereichen und Unternehmen zu etablieren. Der Preis trägt somit zur Verbesserung des Produktangebotes und zur Förderung der Nachhaltigkeit in Produktion und Konsum bei.

² www.zeit-statt-zeug.de

Einige Unternehmen und Designer/-innen haben sich 2012, 2013 und 2014 wiederholt beworben, darunter auch in ihrer Branche führende Unternehmen wie beispielsweise die Hilti AG, die Firma Kärcher oder der Möbelhersteller Brühl. Dies zeigt, dass sie Wert auf ökologische Kriterien legen und diese fest in ihrer Unternehmensstruktur verankert haben. Es beweist auch, dass sie den Bundespreis Ecodesign als geeignetes Instrument ansehen, sich mit dem Thema Ecodesign auf dem Markt zu positionieren und die Auszeichnung als Prestige- und Marketinginstrument zu nutzen. Preisträger bestätigten, dass der Preis als Ansporn in der Branche funktioniert, Produkte besser und grüner zu machen. Besonders die Preisträger von Start-Up-Unternehmen und aus der Kategorie „Nachwuchs“ berichteten, dass ihnen die Auszeichnung bei der Vermarktung ihrer Produkte geholfen habe. Gleichzeitig wurde angemerkt, dass es für Nachwuchsdesigner/-innen zusätzlich (oder anstelle des Preisgeldes) hilfreich wäre, eine Unterstützung durch Business Angels zu erhalten.

Die öffentliche Wirksamkeit des Bundespreises wird auch durch die Presseresonanz verdeutlicht. Öffentlichkeitsarbeit und Präsenz der Medienpartner trugen wesentlich dazu bei, den Bekanntheitsgrad des Wettbewerbes zu erhöhen und ihm einen angesehenen Platz im Feld der Designwettbewerbe zu verschaffen, bzw. sein Alleinstellungsmerkmal als einziger Preis für ökologisches Design zu kommunizieren.

Auch die Online-Ausstellung der Nominierten und Preisträger auf der Internetseite und die Wanderausstellung verhalfen dem Preis zu einer größeren Resonanz in der Öffentlichkeit. Die öffentliche Präsentation der ausgezeichneten Projekte bedeutet einen erheblichen Mehrwert für die Teilnehmer/-innen.

Empfehlungen zur Weiterführung

Für die erfolgreiche Weiterführung des Bundespreises Ecodesign sollen die folgenden Abläufe noch optimiert werden:

Bewerbung/Akquise

Für die zukünftigen Wettbewerbsdurchführungen wird weiterhin eine intensive Akquise insbesondere für den Bereich des Service Designs angestrebt. Hier muss zum Teil auch noch Aufklärungsarbeit geleistet werden, da die Konzeption und Gestaltung von Dienstleistungen, die einen erkennbaren Beitrag zur Umweltentlastung leisten, noch kein Kernthema im Design ist.

Die Akquise-Verteiler werden auch für die anderen Bereiche kontinuierlich erweitert. Aktuelle Veröffentlichungen in Design-Zeitschriften und anderen Publikationen werden ausgewertet, zusätzlich werden auch Messe-Beteiligungen (an Fachmessen) und die Ergebnisse anderer Design- und Umweltpreise ausgewertet.

Die Bewerbung des Preises auf Messen, die im Ausschreibungszeitraum stattfinden, soll verbessert werden. Hierfür sind Messebesuche des Projektteams geplant.

Auch die Telefon-Akquise soll intensiviert werden, da der Rücklauf nach persönlichen Gesprächen mit potentiellen Wettbewerbsteilnehmern erfahrungsgemäß hoch ist.

Unternehmen, deren Teilnahme am Preis als besonders wichtig einzuschätzen ist, da sie eine Vorbildfunktion hinsichtlich umweltverträglicher Produktgestaltung innerhalb ihrer Branche haben, könnten auch in einem offiziellen Schreiben des UBA über den Preis informiert und zur Teilnahme aufgefordert werden. (2013 ist dies im Fall des Unternehmens Vitra erfolgt, jedoch war die Ansprache erst relativ spät, sodass eine Teilnahme evtl. auch aus zeitlichen Gründen nicht mehr erfolgen konnte.)

Um herauszufinden, welche Akquise-Maßnahmen am erfolgversprechendsten sind (E-Mail-Versand, Telefon-Akquise, Flyer-Versand etc.) könnten die Teilnehmer/-innen am Wettbewerb beim Anlegen ihres Profils befragt werden, wie/wodurch sie vom Wettbewerb erfahren haben.

Ausschreibung

Die Ausschreibung wird in den folgenden Jahren nicht wie bisher bereits im Januar erfolgen, sondern erst im Februar. Die Verschiebung ist aufgrund der Zuwendungsbestimmungen erforderlich. (Ein vorzeitiger Maßnahmenbeginn ist nicht zugelassen, so dass die Gestaltung und Produktion von Ausschreibungsunterlagen, Flyern und Plakaten erst ab Projektbeginn im Januar erfolgen kann.) Der Ausschreibungszeitraum soll weiterhin 12 Wochen betragen, diese Frist hat sich bewährt.

Vorbewertung

Die Vorbewertung der Einreichungen könnte in Zukunft nur durch die Fachleute des UBA erfolgen, da eine negative Designbewertung nicht zum Ausschluss aus dem Wettbewerbsverfahren führt (um den Beirat, der diese Tätigkeit ehrenamtlich durchführt, zu entlasten). Jedoch ist eine Designbewertung im Vorfeld sinnvoll, da viele Beiratsmitglieder hier eine zusätzliche Expertise einbringen. Man könnte überlegen, die bewertenden Beiratsmitglieder evtl. durch eine Aufwandsentschädigung und die Erstattung der Reisekosten zur Preisverleihung für diese Arbeit zu honorieren.

Jurysitzung

Da die Mietkosten für die Räume im Flughafen Tempelhof vergleichsweise hoch sind, könnten andere geeignete Orte für die Durchführung der Sitzung gesucht werden, um Kosten zu sparen. Jedoch sind die Räume besonders gut geeignet (sowohl logistisch als auch hinsichtlich ihrer Beschaffenheit). Auch war die Resonanz der Jury auf den besonderen Ort sehr positiv und hat zu der offenen und kommunikativen Stimmung während der Sitzung beigetragen.

Hinsichtlich der Präsentation der Einreichungen bei der Jurysitzung könnten vor allem die Teilnehmer/-innen der Kategorie „Nachwuchs“ darauf hingewiesen werden (z. B. auf dem Merkblatt), dass die Projektbeschreibung kurz und prägnant sein sollte, um der Jury die Arbeit zu erleichtern. Bei den Wettbewerben 2012 und 2013 waren es weit über hundert Einreichungen, die bei der Jurysitzung bewertet werden mussten, deshalb kommt es darauf an, dass der Inhalt der Projekte schnell erfasst werden kann.

Preisverleihung

Bei der Preisverleihung soll die Kommunikation der Gäste mit den Preisträgern und Nominierten verbessert und unterstützt werden (Namensschilder, ggf. Ausstellung mit den prämierten Arbeiten, wenn dies räumlich machbar ist, oder Aufsteller/Points, an denen man beim Get-together mit den Einreichern ins Gespräch kommen kann).

Denkbar wäre, die Preisträger in Verbindung mit der Kriterienmatrix vorzustellen. Häufig wird die Frage gestellt, wie man die sehr unterschiedlichen Einreichungen überhaupt miteinander vergleichen könne. So würde man die Entscheidungen der Jury und das gesamte Bewertungsprozedere transparenter und verständlicher gestalten. Außerdem könnten so auch mögliche Spannungsfelder vorgestellt werden, um auch den Einreichern ein Feedback zu möglichen noch zu verbessernden Faktoren zu geben (in welchen Feldern hat die Einreichung besonders überzeugt, wo gibt es noch Schwachstellen).

Das BMUB als Veranstaltungsort soll nach Möglichkeit beibehalten werden– gerade für die großen Unternehmen ist dieser Ort attraktiv und steigert die Popularität der Veranstaltung.

Auszeichnungen

Das Bestreben, den Nachwuchs nicht „nur“ durch ein Preisgeld zu würdigen, sondern konkrete Unterstützung bei der Umsetzung und Vermarktung der prämierten Projekte zu bieten, wurde bereits im Zuge des Evaluierungstreffens mit dem Beirat diskutiert. Vorgeschlagen wurde beispielsweise die Kooperation mit verschiedenen Messen und die Vermittlung eines kostenlosen Messestandes. Für die zukünftigen Wettbewerbe wird angestrebt, eine Lösung zu finden, den Nachwuchs noch intensiver zu fördern (beispielsweise durch die Kooperation mit Business Angels).

Auf Unternehmenseite kam im Zuge der Bewerbung des Preises und der Akquise-Gespräche ebenfalls die Frage nach einem Preisgeld auf. Es könnte überlegt werden, unter den Preisträgern aus allen Kategorien einen besonderen Preis zu vergeben, der mit einem Preisgeld dotiert ist. Dieser könnte beispielsweise unter einem jährlich wechselnden, besonderen Themenschwerpunkt vergeben werden oder aber ganz allgemein an das Projekt, das unter allen Preisträgern die Jury am meisten überzeugt hat (Best of the Best). Gerade für kleine und mittelständische sowie Start-Up-Unternehmen könnte die Vergabe eines Preisgeldes ein weiterer Anreiz für eine Teilnahme sein.

Finanzierung/Einreichungsgebühren

2013 wurde die Teilnahmegebühr für große Unternehmen mit über 200 Beschäftigten von 750,00 Euro auf 1.000,00 Euro erhöht. Dies hat nicht zu weniger Einreichungen geführt. Ziel ist es, in Zukunft die Einnahmen aus Teilnahmegebühren weiter zu steigern, um zusätzliche Ausgaben, die durch die Projektförderung nicht gedeckt sind, zu ermöglichen (z. B. eine Aufwandsentschädigung für den Beirat, weitere Mittel für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und Anzeigenschaltung, ggf. Erhöhung der Nachwuchs-Preisgelder und/oder Preisgeld für einen besonderen Preis).

Da die Teilnahmegebühr für Gründer/Start ups eine Hürde darstellen kann und dadurch die Gefahr besteht, dass gute Einreichungen von der Wettbewerbsteilnahme ausgeschlossen werden, könnte die Kategorie „Nachwuchs“ ausgeweitet werden, sodass neben Studierenden, Absolventinnen und Absolventen (bis 3 Jahre nach dem Studienabschluss) auch Start ups in dieser Kategorie (in der keine Teilnahmegebühren anfallen) ihren Beitrag einreichen können.

Pressearbeit

Eine höhere Presseresonanz bei Publikumszeitschriften sowie in der Tagespresse wird angestrebt, um das Thema auch in der breiten Öffentlichkeit voranzutreiben. Hier bietet sich an, bestimmte Themenschwerpunkte oder Leitthemen aus dem Bereich des Ökodesigns anzubieten. Denkbar wäre auch, ausgewählte Pressevertreter/-innen zu einem Hintergrundgespräch vor der Preisverleihung einzuladen. Eine stärkere Einbindung der Social-Media-Kanäle ist ebenfalls Ziel der zukünftigen Öffentlichkeitsarbeit. Für die Medienpartnerschaften 2015 ist angedacht, weitere Kooperationen mit Medien aus dem Bereich Nachhaltigkeit und/oder Wirtschaft einzugehen. Dies könnten beispielsweise das Wirtschaftsmagazin enorm oder das Magazin forum Nachhaltig Wirtschaften sein.

Eine englische Version der Website wird 2014 erstellt und spätestens zur Ausschreibung 2015 online gehen, um den Preis auch international besser und breiter gestreut zu kommunizieren.

Ausstellung

Aktuell wird ein Antrag für die zukünftige Förderung der Wanderausstellung an die Deutsche Bundesstiftung Umweltschutz erarbeitet. In Zukunft wird angestrebt, verstärkt ein Rahmenprogramm mit Vorträgen, Diskussionen und Workshops an den verschiedenen Ausstellungsorten anzubieten, um – neben der Präsentation guter Beispiele – das Wissen über Prozesse, Technologien, umweltverträgliche Materialien und ökologische Prinzipien weiter zu verbreiten. Das Begleitprogramm soll in Kooperation mit den Veranstaltern vor Ort entwickelt und angeboten werden.

Best-Practice-Plattform

Die im Zuge des Projektes durch das BIS Berliner Institut für Sozialforschung durchgeführte Befragung und Anforderungsanalyse erfasste die Bedürfnisse und Fragen von Designerinnen und Designern zum Thema Ökodesign (vgl. Kapitel 4). Auf Basis dieser Umfrage wurde die Best-Practice-Plattform auf der Internetseite eingerichtet, auf der sich konkrete Arbeitshilfen und Informationen zum Thema Ecodesign finden. Ziel der Plattform ist es, die Verankerung ökologischer Prinzipien in der Designpraxis und den Unternehmensstrategien voranzutreiben. Dieser Bereich soll in Zukunft noch weiter ausgebaut werden, indem beispielsweise auch die im Zuge des UFOPLAN-Vorhabens FKZ 3712 95 303 „Verankerung von ökologischen Aspekten in der Designausbildung“ entwickelten Lehrmaterialien zum Thema Ecodesign dort veröffentlicht werden. Literaturliste und Links werden stetig auf den aktuellen Stand gebracht und ergänzt.

Resümee

Abschließend kann festgehalten werden, dass sich der Bundespreis Ecodesign nach der nunmehr dritten Auslobung als wichtige Auszeichnung im Bereich des Designs und der Förderung ökologischer Produktinnovationen etablieren konnte. Auch 2014 haben sich wieder über 200 Unternehmen aller Branchen und Größen, Designagenturen und Nachwuchsdesigner/-innen um den Preis beworben. Die Auszeichnung mit einem Bundespreis für ökologisches Design stellt einen wichtigen Anreiz dar und motiviert zur Teilnahme. BMUB und UBA als die Auslober des Preises stehen für Seriosität und ein faires und transparentes Verfahren. Indem – im Vorfeld der Bewertung durch die Jury – die Expertise des UBA in die Begutachtung mit einfließt, kann gewährleistet werden, dass diese fundiert ist und auf Fachwissen beruht. Anders als bei den etablierten Designwettbewerben und -preisen, wie z. B. dem Deutschen Designpreis oder dem Red Dot und iF Award, bei denen ökologische Qualität häufig nur am Rande, als ein Kriterium unter vielen, in der Bewertung eine Rolle spielt, werden beim Bundespreis Ecodesign Umweltqualität und Gestaltungsqualität gleichermaßen bewertet. Dies ist, neben der hohen Glaubwürdigkeit, das wichtigste Alleinstellungsmerkmal des Preises.

2 Summary

Introduction

The environmental impacts of products are largely determined as early as in the design and development phases. The anchoring of ecological principles in the design process – such as the intelligent use of resources and energy, the avoidance of environmentally- and health-damaging substances and the prevention of waste throughout the entire life cycle – is therefore of major importance. The Federal Ecodesign Award is aimed at the promotion and mobilisation of ecological design. The award, which was and remains unique in Germany, was held for the first time in 2012. The aim of the present project was to undertake an evaluation of the award with a mind to a renewed competition brief in 2013. The principal objectives of the scheme was to strengthen sustainable production and consumption patterns and to bring greater publicity to ecodesign as a design concept in its various different shapes, as well as to improve market opportunities for green products and services.

Conceptual design and implementation of the Best-Practice platform

Alongside the renewed competition brief and the realisation of the competition, the objective of the research project was the expansion into a Best-Practice platform of the website www.bundespreis-ecodesign.de. Thereby, the aim was to use this platform to publish not only information about the competition and the current call for submissions, but also to publish background knowledge, work aids and additional information on the subject of ecodesign, as well as good examples that could serve as a source of inspiration and assistance for (future) designers and potential participants in the competition. The long-term aim is for the website to become a central hub for ecodesign in Germany.

The first step was a requirements analysis – conducted in cooperation with the Berlin Institute for Social Research (BIS) – aimed at bringing the Internet platform into line with the needs of potential users. Assisted by an online survey, it was determined which topics are important for potential users of the platform, the information that is sought and the specific assistance that is required for the practical implementation of ecodesign, as well as the main problems and obstacles currently experienced. The target group of the survey were, on the one hand, freelancers or designers employed in companies or agencies in the various branches of design, design students and teachers in design schools, and multipliers in the area of design. Also addressed were design-oriented companies, networks, associations and institutions active in the environmental sector. Here, a questionnaire was developed and sent to 630 people. There were a total of 201 responses to the questionnaire. The analysis showed that the great majority of respondents (92%) already take environmental issues into account in product development and design, and more than 40% indicated that they integrate ecological aspects in the development of their products for at least the past five years. Nevertheless, the survey also showed that – even in this group – there remains a considerable lack of knowledge. For example, more than a quarter of respondents indicated that a lack of information is one of the central issues in the implementation of Ecodesign.

The structure of the website www.bundespreis-ecodesign.de has been adapted for the purposes of establishing a Best-Practice platform, and now offers three points of access (main menus), namely:

1. Information offered on the subject of ecodesign: “About Ecodesign”
2. The current competition for the Federal Ecodesign Award: “The Competition”

3. The touring exhibition of winners and nominees: “The Exhibition”

The menu item ‘About Ecodesign’ was configured on the basis of the results of the requirements analysis. Here, users can find information on background knowledge such as definitions, basic principles, legal provisions and important publications. In addition, the criteria matrix developed for the competition is located within this menu item. Information about education and development opportunities will also be published here, and a link to the project FKZ 3712 95 303 ‘Verankerung von ökologischen Aspekten in der Designausbildung’ (Integration of ecological aspects in design education) is being considered. Moreover, information will be provided on methods and work aids such as databases, tools, and environmental management systems. Finally, this sub-item also contains links to interesting networks, initiatives, portals and blogs relating to the subject of ecological design.

The ‘Competition’ menu item has been restructured and broadened. Here, users of the platform can find the current call for submissions to the competition alongside all relevant information (T&Cs, procedures, jury, etc.). Registration for participation in the competition, management, evaluation and pre-selection of submissions for the shortlist are also undertaken from this area via the online forms created for these purposes.

Moreover, award winners and nominees have access to a press archive and press reviews, as well as impressions/images from the jury sessions and award ceremonies for past competitions.

All the current information on the exhibition, such as objectives, contents, exhibits, impressions/images from the various venues, information about venues and dates, links to the organisers, as well as press releases, is published under the ‘Exhibition’ menu item.

Review and expansion of the criteria matrix

An important point in the revision of the competition concept was the evaluation of the criteria matrix³ developed ahead of the competition brief for 2012. The matrix depicts the essential criteria for the assessment of design-and environmental quality of products, and is intended to provide information and orientation for both competitors and the jury. The aim was to review whether the matrix contains the most important issues for the evaluation of ecological product quality, and whether it has proven itself in practice.

The Öko-Institut undertook a brief study to evaluate the use of the criteria matrix in practice and to make proposals for possible further development, where appropriate. Here, particular consideration was given to the following points: the review of the criteria matrix for completeness, proposals for specific exclusion criteria, a strengthened expansion of the criteria with regards to all eligible products, as well as an additional expansion in the area of Services.

As part of the study, the completed application forms for the 2012 Federal Ecodesign Award were closely inspected and a draft paper for the evaluation and possible further developments was developed. Possible changes were discussed with the IDZ, members of the advisory board, and the contracting bodies BMUB and UBA.

In addition, questionnaire-based telephone interviews were conducted with jury members, companies, designers, as well as the representatives from the UBA that were involved in the expert review/assessment/evaluation. The results were included in the brief study.

³ www.bundespreis-ecodesign.de/de/ecodesign/kriterien.html

In the evaluation of the presented criteria, the Öko-Institut posed the overarching question "Good design and/or good environmental protection?". In view of this, the following recommendations were made:

- a) In the call for submissions, it should firstly be emphasised that both ecological as well as design requirements must be given consideration and, secondly, that at least one of the requirements must be fulfilled to an outstanding standard, and other requirements at least above average.
- b) The application documents should make stronger indications that the applicant must demonstrate, in a comparative manner, why their product is significantly better than the products already on the market.
- c) Above all for the area of Services, it was determined that greater challenges exist in the representation of design as well as for the jury to try them out directly. It was recommended to insist on more and improved 'storytelling' in the application process.

For the 2012 competition, questions about four subject areas were posed in the application forms: The degree of innovation, environmental protection, as well as impact on everyday culture and user behaviour. These were listed in detail in the criteria matrix, which provides the basis for the evaluation process, as well as translated into indicators and depicted over the product life cycle. Thereby, design and environmental aspects were given joint consideration. One portion of the parameters was oriented to a greater extent towards design (idea and overall concept, design and engineering, product communication) and another towards the environment, resource- and health protection (material- and energy use, pollutants, e.g. emissions, social- and health compatibility). In addition, important indicators were instituted for social acceptability in manufacturing, namely compliance with ILO Core Labour Standards.

The review of the application form and the criteria matrix led to the following recommendations:

- a) The combination of the issues of **environmental protection** and **environmental impact** in the categories surveyed in the application form. The representation of environmental benefits in a comparison with a conventional similar product, or – in the case of completely new products – in a comparison with the status quo. This is because it is difficult to undertake an absolute evaluation of environmental aspects.
- b) For questions relating to the **degree of innovation**, it was recommended to distinguish between the differences between environmental innovation and design innovation, and to give greater emphasis to this aspect of design in the marketing efforts.
- c) An additional recommendation was for the introduction of a new set of questions relating to **benefits** and **costs/life cycle costs**.

In the review of applications, the submissions were divided according product group. For future competitions, it was recommended that the area of Materials be excluded, as these are very difficult to assess without detailed examination, whether in terms of material quality and ecology, or in design terms. Services was determined to be a more important area, and this is set to be retained and even reinforced in the promotion efforts. More detailed categories should be compiled with respect to the subdivision into different competition categories, which would allow for improved comparison and evaluation (although in this case excluding submissions for materials). The following categories were proposed:

- Products of all kinds (technical products, furniture, lighting, textiles, etc.);
- Services of all kinds;

- Mobility products and services;
- Building and housing models;
- Environmental and sustainability education (products and services, professionally created designs, and also Young Talent);
- Concepts, ideas and services.

In addition to the review of the criteria and applications, the Öko-Institut carried out questionnaire-based telephone interviews on the subject of the competition procedure and assessment process for the 2012 competition. This took in a total of 14 members of the advisory board, the jury, experts from the Federal Environmental Agency, and winners from three competition categories. Overall, the Federal Ecodesign Award was judged by the respondents to be a distinguished and high quality initiative. The overall assessment was that it could become the most important design award, and that in a comparison with other design awards the additional reference to ecology provides clear added value. There have been some additions and proposed amendments with regard to the competition procedures. The media work was also seen as in need of improvement, both in advance of the competition (e.g. through background discussions with media representatives), as well as in the follow-up.

Furthermore, the following specific aspects were given more in-depth treatment as a part of the evaluation:

a) Inclusion of services

It was affirmed that the previous criteria matrix is also well suited to the category of Services, as these are continually connected with material activities along the life cycle.

b) Review of environmental aspects for completeness

The review found that the following environmental aspects are not listed in the questionnaire and in the criteria matrix, and could be supplemented: noise, land and space requirements, radiation protection and biodiversity.

c) Proposals for specific exclusion criteria

Here, three areas were highlighted as relevant and explained in more detail: **Questionable usefulness** (e.g. alcohol, tobacco, games with potential for addiction), **problematic ingredients and social hot spots** (child labour, low wages, hazardous working conditions, as well as corruption, substantial obstruction of works councils and trade unions, or substantial violation of data protection). It was generally advised to refer to the exclusion criteria as well as to the requirements for the Blue Angel Ecolabel.

d) Proposals on how to handle conflicting goals

It was recognised that various conflicts can arise in practice. Typical conflicting goals – such as expansion of use, environmental impact, cost and environmental protection – were discussed, and means of dealing with these appropriately have been proposed, both for the application process and in advance during development.

e) Technical and built-in support for environmentally sound behaviour; device presets

It was recommended that indications be given in the application form on the significance of these options, for example in the area of “impact on popular culture and consumer behaviour.” The following solutions were named as fundamental approaches: automatic solutions (replacement with automatic functions, factory settings, technical measures for the mitigation of environmentally harmful behaviour), information-based solutions (warning signals for the detection of potentially environmentally harmful behaviour, information on

current or aggregated energy consumption), measures to facilitate environmentally friendly behaviour, implementation of austerity programs, supportive secondary products.

f) **Stronger focus on consumer-related aspects such as contractual conditions, data privacy, warranty, etc.**

It was suggested for the questionnaire and criteria matrix to be supplemented by these points, and for positive and negative practices to be made available as background material.

Changes in the competition procedures, the categories and criteria

Most of the recommendations and suggestions for changes developed in the course of the evaluation by the Öko-Institut were included in the revision of the competition documents and criteria. The application form and criteria matrix were supplemented, and a new Service category was introduced.

A review and evaluation of other aspects of the competition was also undertaken. The following proposals were developed and these were discussed with the contracting bodies and project advisory board in a meeting on 23 November 2013. It was clear from the discussion that the competitive process has proven its worth in most respects, and adjustments or amendments were adopted for only a few areas.

Competition procedures

- The three-stage procedure was retained: formal review of submissions by the IDZ, expert assessment and pre-selection by the UBA and the project advisory board, jury session.
- Continuation of the application process via an online form, as this is the most ecological choice and significantly simplifies internal processes.
- Adjustments to and further optimisation of the website, with the aim of making procedures more straightforward and less prone to error. The additional option of a PDF registration form has proven successful and should be offered from the outset.
- Feedback from the experts and jury on the online evaluation tool: predominantly positive; maintenance of the online evaluation process, optimisation of the software to enable quicker page loading.

Composition of the expert panel for the pre-selection process

It was determined here that the evaluation takes up a great deal of time and that clarification is required on how this will proceed in the future. Namely, will the board members and the experts from the UBA, who were tasked with completing the evaluation, continue to be willing to make their expertise available? Here, there was positive feedback on the side of the advisory board. Likewise the project will continue to receive support from the UBA, meaning that informed evaluation could also be secured for 2013 and 2014.

Evaluation procedure

- Maintenance of the procedures: Option to leave a comment; tick yes / no / unsure
- Inclusion of the field 'Request additional information', as cases were often encountered where additional information was required for the evaluation, necessitating a somewhat long-winded exchange of emails.

- Comments by other reviewers should continue to be visible, as it is interesting and helpful for the evaluation of the design to be able to view the results of the environmental evaluation. The potential issue of manipulation was not considered serious.

Jury and jury session

- The composition of the jury with designers and environmental experts was considered meaningful; recommendations were made for an additional jury member taken from the field of architecture. A pilot project in the field of architecture (the Velux LichtAktiv Haus) was awarded in 2012, which is likely to have had a signal effect and thus result in a higher number of submissions. In addition, the advisory board proposed additional expert consultation from the area of communication design.
- The location for the jury meeting (the former Tempelhof Airport in Berlin) was regarded by all as very suitable and it was decided to hold the meeting in the same rooms again in 2013.
- Optimisation of processes and logistics (delivery/collection or shipping)
- Separately from the pre-selection process, all members of the jury had the opportunity to view all applications in advance, as well as to become involved in the preselection. However, it was found at the one-day jury session that the pre-selection submissions were numerically still too high, particularly with respect to the three different categories (Product, Concept, Young Talent), all which required separate consideration. Here, the jury members recommended a numerically more limited shortlist.

Participation fees

- The level of the fee and the graduation by company size should be maintained, with the possible addition of another category with a lower fee for company founders or start-ups. Students should continue to be permitted to participate free of charge; company founders/new entrants to the profession would no longer be placed in the Young Talent category.
- If appropriate, the fee should be increased for large companies (1000.00 EUR instead of 750,00 EUR)

Nominations and awards

- Determination of a maximum number (15 winners)

Categories and criteria

- Concept category: this was sometimes misunderstood; there is a requirement for clearer communication on precisely what is meant by 'Concept' (pilot projects, concept studies, research projects).
- Product category: there were extensive discussions on whether there should be a new and more detailed classification with the aim of improving comparability and evaluation (e.g. furniture, lighting, mobility, textiles / fashion, architecture / construction / walls / floors, electrical appliances / white goods / tools, packaging, experimental design, products for children, capital goods, services). The decision was made against this, however, as open categories are less excluding than categories that are formulated along the lines of specific product groups. Nevertheless, it was decided to undertake classification into different sub-

categories on the application form and the online registration tool, which would enable the internal grouping of submissions.

- Adaptation and broadening of the criteria matrix and the application form on the basis of the results of the evaluation by the Öko-Institut. In the new competition, it was considered important for the participants and the evaluation process for the criteria matrix to be viewed to a greater extent as background information (pre-selection and jury), and not as a list to check off.

The 2012 and 2013 competition results in comparison

492 projects were submitted to the Federal Ecodesign Award in 2012 and 2013, whereby the figure was higher for the first competition brief (301). This clearly exceeds the original expectations of the competition, not least considering that there could be no assumption of a high level of awareness in the first two years. Moreover, the requirements and with this the barriers for participation are substantially higher than for other design competitions.

The great response in the design world to the Federal Ecodesign Award (above all in universities and among young designers), but also among companies, shows that there is a great interest in the subject. At the same time, there is a willingness to engage with the competition and to meet the quality requirements of a federal award.

The significantly high figures of 51 nominees and 14 winners in 2012 (eight in Products, two in Concepts, one Young Talent award and three more recognitions in the category of Young Talent), and 31 nominees and 12 winners in 2013 (seven in Products, one in Services, one in Concepts and three in Young Talent) are proof not only of the interest in the subject of ecodesign but also of the high quality of the submitted work.

The submissions covered a wide range of products and represented a broad spectrum of sectors and design areas (product design, communication design, corporate design, interface design, packaging design, service design, etc.). This once again underlines the breadth of ecological design as a design concept.

Represented in the Young Talent category are students and graduates from numerous universities across Germany. With a total of 191 in 2012 and 109 in 2013, the largest number of submissions were recorded in this category, whereby the lower number in the second competition can be explained by the fact that many diplomas or older works were submitted for the first competition brief, with more recent work making up the majority of submissions to the second competition. It can thus be concluded from the large number of submissions that there is very high interest in the subject among young designers, and a correspondingly high potential. However, there were stark differences in quality in the submissions for the category of Young Talent. In the 2012 competition, only 67 made it onto the shortlist for adjudication; in 2013 there were a total of 70, while 59 of 87 submissions in the Product category cleared this hurdle in 2012, and 46 of 59 submissions in 2013. In the Concept category, this corresponded to 14 out of 23 submissions in 2012, and seven from a total of ten submissions in 2013. There was a similar ratio in the new competition category of Service, introduced in 2013, with nine of 13 submissions making it onto the shortlist.

With respect to best practice, the nominees for the Federal Ecodesign Award – and in particular the winners – provide orientation for designers and producers, but also for consumers. The winning submissions help to increase the acceptance of ecological design and underline the fact that it is no longer a contradiction to combine high quality with aesthetically pleasing design and environmental compatibility.

Media resonance

The existing media partnerships from 2012 were also continued in 2013. The Magazin für Design und Nachhaltigkeit (magazine for design and sustainability) was brought on board as a new media partner, and contracts were renewed and extended for 2013 and 2014. All parties – excluding the internet portal Utopia – expressed interest in the continuation of the media partnership.

The media partners for the Federal Ecodesign Award 2013 were: the business magazine brand eins, the design magazines design report and form as well as the design and lifestyle magazine H.O.M.E., the periodical Pure and internet portals stylepark and utopia. Media partners for the Federal Ecodesign Award 2014 are: the business magazine brand eins, the design magazines design report and form as well as the design and lifestyle magazine H.O.M.E., the periodical Pure and the internet portals stylepark and utopia.

With respect to media partnerships for 2015, it is planned to enter into collaborations with other media in the field of sustainability and/or economic affairs. For example, this could be the business magazine enorm or the magazine Forum Nachhaltig Wirtschaften.

In the promotion of the award, the media partners have supported the project with free adverts or banners, as far as capabilities permitted. In addition, a number of media partners also published editorial articles on the competition.

As with the 2012 Federal Ecodesign Award, press releases from the BMUB / UBA and IDZ were sent out during the course of the competition procedure: to time with the announcement of the competition in January 2013 and immediately after the jury meeting in October and the awards ceremony in November 2013. The media response to the Federal Ecodesign Award in 2013 was extremely positive, namely around 82 publications in print and online media. A slight decrease in press coverage and reporting was observed around the time of the award ceremony. However, this can be explained by the fact that Federal Minister for Environment Peter Altmaier was personally present to present the award at the award ceremony in 2012, while for the 2013 ceremony he was represented by Parliamentary State Secretary at the BMUB, Ursula Heinen-Esser. In addition to this, consideration should be given to the fact that the first ever competition brief for a new design award is more interesting for the press than an already established event. Nevertheless, the press response to the awards ceremony and the reporting on the award winners and nominees was positive overall. With about 30 publications in the media, the announcement of the Federal Ecodesign Award 2014 was likewise well communicated.

Summary

The Federal Ecodesign Award was developed as a tool for the promotion of ecological product innovation and the dissemination of ecodesign as a design principle. Environmentally sound design is central for a sustainable society, and ecological design is imperative for a future-oriented and integrated product- and consumer policy. Design should be understood not only as an aesthetic characteristic. Design also carries responsibility with respect to social, environmental and economic issues, and works as an interface discipline within these areas. With the Federal Ecodesign Award, an instrument has been created to promote the social responsibilities of design. This is something that the competition strives to communicate in the various slogans used in the promotion efforts.

The Federal Ecodesign Award was launched in 2012 under the bold slogan ‘Design kann die Welt nicht retten. Oder doch?’ (Design can’t save the world. Or can it?). The award took the form of an appeal to the world of design to assume social responsibility in the course of its work, and to recognise the obligation towards the environment of every designer and business. Of course, design is unable to save the world, but the winners and nominees of the federal award are proof that good design can make a contribution.

In 2013, the award was launched once again under the motto ‘Grün färben reicht nicht’ (Simply green colouring is not enough) The slogan is a clear rebuff to the sadly widespread ‘greenwashing’ that can be seen in the world of advertising and corporate communications. The winners and nominees thereby countered the preconception that design is merely concerned with beautiful surface finishing. Companies that attempt only to project a green image have no chance of passing the critical and rigorous evaluation process of the Federal Ecodesign Award.

The Federal Ecodesign Award specifically aims to promote innovation in the field of ecodesign. The motto in 2014 of the third Federal Ecodesign Award was therefore ‘Grüne Innovation kommt weiter’ (Green innovation makes headway). Here, the term of innovation refers to much more than just sustainable materials or other product-related criteria. Even the term of ‘design’ as such has shifted in recent years. The concept of service design has to a greater extent moved into the spotlight among designers, in particular with respect to the topic of the environment. For this reason, 2013 saw the introduction of the new category of ‘Service’. Here, both services and system solutions can be submitted to the competition.

There was one winner in the Service category in 2013, namely the project Solarkiosk (see Appendix p. 90). Likewise nominated were a ‘take-back’ system for shoes and clothing, as well as the online platform ‘Zeit statt Zeug’⁴ (‘Time not trash’), in which time jointly spent together is given as a present instead of material good. With a total of 13, the submissions in this category were not as high as the classic Product category, for example, which came to 59 submissions. The discipline of service design is comparatively young and is not yet widespread. Design offices continue to be predominantly occupied with physical design. Supplementing products with services, or replacing them entirely where possible, is considered a forward-looking strategy in the area of sustainable development. Trends such as ‘using instead of owning’ are becoming increasingly important, and the sphere of activity for designers can be seen to be undergoing a shift. For this reason, it is especially important to support projects in the field of service design and to emphasise the non-material design of systems and services, both among designers and not least among the general public.

Conclusions and recommendations for the continuation of the award

The Federal Ecodesign Award has established itself as a credible and transparent initiative, and functions as a trend-setting contest for business and consumers. The numerous, high-quality submissions as well as the positive feedback from the professional public have proven that the concept of the competition is forward-looking and is helping to establish the idea of ecological design in many product areas and companies. The award thus contributes to an improvement of the range of products on offer, and to promoting sustainable production and consumption.

A number of companies and designers have participated in all three years of the competition that have taken place so far, including industry-leading companies such as Hilti AG, the com-

⁴ www.zeit-statt-zeug.de

pany Kärcher, or the furniture manufacturer Brühl. This clearly demonstrates that they value the ecological criteria and have integrated them firmly in their corporate structure. Moreover, it demonstrates that such companies consider the Federal Ecodesign Award to be an appropriate instrument with which to position themselves on the market as regards the subject of ecodesign, and that the award serves as a prestigious marketing tool. Winners have confirmed that the award functions as an incentive to improve products and to make them more green. In particular, winners from start-up companies and from the Young Talent category report that the award has helped in the marketing of their products. At the same time, it was noted that it would be helpful for young designers to receive additional support from 'business angels' (also in place of prize money).

The public impact of the federal award is also underlined by the surrounding press coverage. Public relations and the high profile of media partners have contributed significantly to helping increase awareness of the competition and to giving it a prestigious place in the field of design competitions, as well as to communicating its unique selling point as the only award for ecological design.

The online exhibition of the nominees and award winners on the website and the touring exhibition have helped the award to achieve a wider response among the general public. Furthermore, the public presentation of the winning projects represents significant added value for the participants.

Ongoing recommendations

The following procedures should be optimised for the successful continuation of the Federal Ecodesign Award.

Applications / acquisition

The future implementation of the competition will see an intensification of efforts with respect to acquisition, above all in the category of Service Design. This will also necessitate a degree of awareness-raising, in part because the conception and design of services that make a tangible contribution to easing the burden on the environment is not yet a core issue in design.

The contributors to acquisition efforts will be continuously expanded also in other areas. Current publications in design magazines and other publications will undergo evaluation, as will the presence at trade fairs / exhibitions and the results of other design- and environmental awards.

The promotion of the award at trade fairs that take place during the application period is to be improved. Also planned are visits to trade fairs by the project team.

Telephone-based acquisition will be intensified, as experience has shown a high response rate after personal discussions with potential participants.

Companies whose participation in the award is regarded as especially important because they have a role model function within their industry in terms of environmentally sound product design could also be informed about the award via an official letter from the UBA, and will be invited to participate. (In 2013, this approach was successful in the case of the company Vitra, although discussion began at a relatively late stage, meaning that participation was no longer possible also as a result of time constraints).

During the creation of their competition profile, the participants could be asked for details as to how and where they became aware of the competition in order to find out which acquisition measures are the most promising (emails, telephone-based acquisition, flyer mail-outs etc.).

Request for submissions

The request for submissions will not take place in January, as with previous years, but in February. This postponement is necessary on account of the terms of the financial grants.(An earlier implementation of measures is not permitted, meaning that the design and production of application documents, flyers and posters can only proceed from the project outset in January.) The application period of 12 weeks will be retained, as this period has proven its worth in the past.

Preliminary evaluation

Preliminary evaluation of submissions could in future be undertaken only by the experts from the UBA, as a negative evaluation design would not result in exclusion from competition proceedings (also in order to relieve the advisory board of this task, which is performed voluntarily). Nevertheless, an advance assessment of design is seen as meaningful, as this permits many board members to contribute additional expertise. Also conceivable is a remuneration for the evaluating board members for their work, possibly with an expense allowance and reimbursement of travel expenses to the award ceremony.

Adjudication

As the cost of renting rooms at Tempelhof Airport is relatively high, other suitable places for the adjudication process could be sought, with the aim of saving costs. However, it should be considered that the rooms are particularly well suited (both logistically and with regard to their overall characteristics). There was also very positive feedback from the jury on the unique location, which was generally felt to contribute to the open and communicative atmosphere during the session.

With regard to the presentation of submissions during the jury session, it was felt that there should be stronger indications (e.g. on the information sheet) to participants in the Young Talent category that the project description should be as concise as possible in order to facilitate the work of the jury. There were well over a hundred submissions requiring evaluation by the jury in the 2012 and 2013 competitions, and for this reason it is important that the content of projects can be quickly understood.

Award ceremony

At the award ceremony, the communication of guests with award winners and nominees is to be improved and supported (name tags, exhibition of winning works, where applicable and feasible, or stand-up displays/areas where discussions can be held with the applicants during the get-together).

It would be conceivable for winners to be introduced in conjunction with the criteria matrix. The question is frequently asked as to how a comparison could be made between the very different submissions, as such an approach would make the judges' decisions and the overall assessment procedure more transparent and intelligible. In addition, this would allow for the presentation of possible areas of conflict, in order to give applicants feedback on factors that could potentially undergo improvement (the areas where the submission was particularly convincing and where there are weaknesses).

To as great an extent as possible, the BMUB is to be retained as a venue. The location is attractive for the larger companies in particular, and increases the popularity of the event.

Awards

The endeavour to not 'only' honour Young Talent with prize money but also to offer practical support in the implementation and marketing of award-winning projects was already discussed in the course of the evaluation meeting with the advisory board. Suggested, for example, was a cooperation with various trade fairs and the procurement of a free booth. For future competitions, it is intended to find a solution for intensified support for applicants in the Young Talent category (for example through cooperation with business angels).

The question of prize money arose on the company side following the promotion of the award and the acquisition discussions. Consideration could be given to a special award – endowed with prize money – to one award-winner from each category. This could be awarded, for example, as part of an annually rotating, special thematic focus or, more generally, to the project from all the award winners that proved the most convincing to the jury ('Best of the best'). In particular, the awarding of prize money could be a further incentive for participation for small and medium-sized and start-up companies.

Financing / participation fees

In 2013, the participation fee for large companies with over 200 employees was increased from 750 euros to 1000 euros. This did not result in fewer submissions. The objective for the future is to increase revenue from registration fees, which would cover additional expenses not covered by the project funding (e.g. an allowance for the advisory board, additional funding for the press and public relations and ad placement and, where appropriate, an increase in the Young Talent prize money and/or prize money for a special award).

Because participation fees can represent a hurdle for founders and start-ups, which incurs the risk of excluding good submissions from participation in the competition, the Young Talent category could be expanded so that, in addition to students and graduates (up to 3 years after graduation), also start ups are invited to submit their contributions in this category, for which no participation fees apply.

Media relations

The objective is to more broadly disseminate the topic among the general public through higher media coverage in general-interest magazines and the daily press. Here, it will be appropriate to provide specific topics or key themes from the field of ecodesign. An invitation to selected members of the media to a background discussion before the award ceremony is also conceivable. The greater involvement of social media channels is likewise a future public relations objective. With respect to media partnerships for 2015, it is planned to enter into collaborations with other media in the field of sustainability and/or economic affairs. This could be the business magazine *enorm*, for example, or the magazine *Forum Nachhaltig Wirtschaften*.

An English version of the website will be created in 2014 and will go online no later than the call for submissions for 2015. This will enable wider and international dissemination of the award.

Exhibition

At this time, an application to the German Federal Environmental Foundation is being compiled for ongoing funding for the touring exhibition. The aim in the future is for the reinforcement of a framework program of lectures, discussions and workshops at the various venues. Alongside the presentation of good examples, this will spread knowledge of processes,

technologies, environmentally friendly materials, and ecological principles. The supporting program will be developed and delivered in collaboration with the local organisers.

Best-Practice platform

The survey and requirements analysis undertaken by the BIS Berlin Institute for Social Research during the course of the project gathered the requirements and questions of designers on the topic of ecodesign. On the basis of this survey, the Best-Practice platform, which can be used to find for specific work aids and information on the subject of ecodesign, was created on the website. The objective of the platform is to promote the anchoring of ecological principles in design practice and corporate strategies. This area will be further expanded in the future, for example with the publication of teaching materials on the subject of ecodesign that were developed in the course of the UFOPLAN project 'Verankerung von ökologischen Aspekten in der Designausbildung' (Integration of ecological aspects in design education). The bibliography and links will be kept continually up to date as well as supplemented.

Résumé

In conclusion, it can be stated that the Federal Ecodesign Award – now in its third year of implementation – has established itself as an important award for the field of design and for the promotion of ecological product innovations. In 2014, over 200 companies from all sectors and of all sizes, as well as design agencies and up-and-coming designers, have submitted an application for the award. The commendation with a federal award for ecological design represents an important incentive and motivation for participation. As sponsors, the BMUB and UBA give a respectable face to the award and reassure that the process is fair and transparent. The UBA's expertise assures that the evaluation of submissions before jury assessment is well-founded and based on sound specialist knowledge. Environmental quality and design quality are given equal prominence and value in the Federal Ecodesign Award, in contrast to other established design competitions and awards – for example the German Design Award, the Red Dot, or the IF Award – in which ecological quality frequently plays a only minor role among many other assessment criteria. Alongside the high degree of credibility, this is the central distinguishing feature of the Federal Ecodesign Award.

3 Einleitung

3.1 Thema des Forschungs- und Entwicklungsvorhabens

Das hier beschriebene Forschungs- und Entwicklungsvorhaben hatte die Förderung und Aktivierung ökologischen Designs zum Ziel. Die Umweltauswirkungen von Produkten werden zu einem großen Teil bereits in der Gestaltungs- und Entwicklungsphase festgelegt, deshalb ist die Verankerung ökologischer Prinzipien im Designprozess ein wichtiger Ansatzpunkt. Aufbauend auf den Erfahrungen aus dem Bundespreis Ecodesign, der durch das IDZ entwickelt und 2012 zum ersten Mal durchgeführt wurde,⁵ wurde durch das hier beschriebene Vorhaben die erneute Durchführung des Wettbewerbs und die Fortsetzung der begonnenen Aktivitäten sichergestellt. Die Internetpräsenz des Wettbewerbs wurde weiterentwickelt und zu einer Best-Practice-Plattform ausgebaut, mit dem Ziel, ökologische Produktinnovationen weiterhin anzuregen und zu befördern und bereits bestehende herausragende Beispiele für nachhaltige Gestaltung bekannter zu machen. Gleichzeitig sollte der Bundespreis Ecodesign durch das Vorhaben etabliert und seine Durchführung langfristig gesichert werden.

3.2 Hintergrund und Ziele

Die wichtigsten Ziele des Vorhabens bestanden darin, nachhaltige Produktions- und Konsummuster zu stärken und Ecodesign als Gestaltungsansatz in seinen verschiedenen Ausprägungen bekannter zu machen sowie die Marktchancen für ökologische Produkte und Dienstleistungen zu verbessern.

Durch die erneute Auslobung des Bundespreises Ecodesign im Jahr 2013 und die Verstärkung des Wettbewerbsformates konnten Anreize für Designerinnen und Designer sowie für Unternehmen geschaffen werden, sich mit den Anforderungen an eine ökologische Gestaltung und Produktionsweise zu beschäftigen und diese in ihre Arbeits- und Produktionsabläufe zu integrieren. Gleichzeitig hat die Wiederholung des Wettbewerbs dazu beigetragen, die öffentliche Aufmerksamkeit für ökologisches Design zu erhöhen und Ecodesign als Gestaltungsprinzip bei Verbraucherinnen und Verbrauchern bekannter zu machen.

Beim Ecodesign geht es darum, Produkte, Dienstleistungen und Systeme so umweltverträglich wie möglich zu gestalten – durch die intelligente Nutzung von Ressourcen und Energie, den Verzicht auf umwelt- und gesundheitsgefährdende Stoffe und die Vermeidung von Abfällen während des gesamten Lebenszyklus.

Die Anforderungen sind komplex und in der Design- und Unternehmenspraxis, die häufig durch ökonomische Vorgaben und Innovationsdruck geprägt ist, entsprechend schwierig umzusetzen. Zum einen besteht ein Wissensdefizit, zum anderen eine Akzeptanzschwelle sowohl auf der Angebotsseite als auch auf der Nachfrageseite. Beispielsweise befürchten Unternehmen, dass eine Verlängerung der Lebensdauer von Produkten zu Umsatzeinbußen führen könnte. Deshalb ist das Interesse an einer Gestaltung, die Langlebigkeit zum Ziel hat, nur in dem Maße vorhanden, in dem Zahl und Umfang der Verkäufe nicht negativ beeinflusst werden. Gleichzeitig lassen immer kürzer werdende Produktzyklen und die damit verbundene Beschleunigung der Produktentwicklung Designerinnen und Designern keine Zeit für eine gründliche Gestaltungsarbeit – sie werden zu „Stylisten“, die nur noch kosmetische Änderungen an Produkten

⁵ Vgl. dazu das im Rahmen des UFOPLAN 2010 durchgeführte FuE-Vorhaben: „Instrumente zur ökologischen Verbesserung des Produktangebotes im Rahmen einer ökologischen Verbraucherpolitik“, FKZ: 3710 93 306.

vornehmen. Auf Seiten der Verbraucherinnen und Verbraucher wird ökologisches Design häufig immer noch mit unattraktiven, nicht modischen Nischenprodukten assoziiert.

Der Wettbewerb und die begleitenden Maßnahmen sollten dazu beitragen, einen allgemeinen Verständigungsrahmen für ökologisches Design zu schaffen und das Wissen über Prozesse, Technologien, umweltverträgliche Materialien, ökologische Prinzipien wie Langlebigkeit und Reparaturfreundlichkeit usw. bei Designerinnen und Designern sowie den produzierenden Unternehmen zu verbreiten, u. a. durch die Präsentation guter Beispiele aus der Praxis auf der Internetplattform. Zudem unterstützt eine regelmäßige Durchführung des Ecodesign-Wettbewerbs die Markteinführung und Diffusion ökologischer Produkte und Dienstleistungen. Die Auszeichnung studentischer Entwürfe und Konzepte sowie von Prototypen schafft darüber hinaus Anreize sowohl für Nachwuchsdesignerinnen und -designer als auch für Produzenten, ihre Entwurfs- und Produktionsweise an ökologischen Prinzipien auszurichten. Innovationen auf dem Gebiet des Ecodesigns werden befördert und die Verankerung ökologischer Prinzipien in der Designpraxis und den Unternehmensstrategien wird unterstützt. Die im Wettbewerb ausgezeichneten Produkte veranschaulichen, dass Umweltverträglichkeit und eine ansprechende, ästhetische Gestaltung keinen Widerspruch darstellen, dies erhöht die Akzeptanz von ökologischem Design auf Seiten der Konsumentinnen und Konsumenten.

Durch das Entwickeln einer Bewertungsmethodik und das Festschreiben von Kriterien werden Anforderungen und Standards für ökologisches Design festgelegt, die im Design- und Entwicklungsprozess Orientierung bieten können. Bereits bestehende herausragende Beispiele nachhaltiger Gestaltung werden durch die Auszeichnung im Wettbewerb und ihre öffentlichkeitswirksame Kommunikation bekannter gemacht. Die Internetplattform, die den Wettbewerb begleitet, Hintergrundinformationen vermittelt und Best-Practice-Beispiele vorstellt, trägt darüber hinaus zu einer weiteren Verbreitung der Idee und Methodik nachhaltigen Gestaltens bei und fördert den Austausch von Wissen und Erfahrungen.

3.3 Aufgabenstellung und Laufzeit

Die im Rahmen des FuE-Projektes zu bearbeitenden Aufgaben umfassten

- die Weiterentwicklung und den Ausbau der Best-Practice-Internetplattform,
- die Auswertung des 2012 durchgeführten Wettbewerbs und die Überarbeitung des Wettbewerbsformates im Hinblick auf Kategorien, Kriterien und Verfahren,
- die Durchführung des Wettbewerbs im Jahr 2013 sowie
- das Erarbeiten von Handlungsempfehlungen zur langfristigen Etablierung des Wettbewerbs.

Das FuE-Vorhaben hatte eine Laufzeit von 30 Monaten; Beginn war am 1. November 2011 und beendet wurde es am 30. April 2014. Ursprünglich sollte das Projekt bereits am 28.02.2014 enden, jedoch wurden die Mittel aufgestockt und der Projektzeitraum um 2 Monate verlängert, um den Wettbewerb 2014 erneut ausloben zu können.

Die Bearbeitung erfolgte in mehreren Teilschritten, die im Folgenden näher beschrieben werden.

3.4 Ablauf des Vorhabens: Arbeitspakete und Zeitschiene

Arbeitspaket 1: Weiterführung und Ausbau der Best-Practice-Internetplattform

Die Internetpräsenz des Bundespreises Ecodesign⁶ wurde konzeptionell sowie technisch überarbeitet und weiterentwickelt, mit dem Ziel, eine Best-Practice-Plattform zu schaffen, die über das Thema Ecodesign umfassend informiert und gute Beispiele für ökologisches Design präsentiert.

Um die Internetplattform den Bedürfnissen der potentiellen Nutzer entsprechend zu gestalten, wurde in einem ersten Schritt eine Analyse der Interessen und Bedürfnisse durchgeführt. Mit der Durchführung und Auswertung der Umfrage wurde das BIS Berliner Institut für Sozialforschung GmbH (Dr. Eva Schulze) beauftragt. So konnte eine methodisch fundierte Durchführung sichergestellt werden.

Auf Basis der Bedürfnisanalyse wurde die Software angepasst. Des Weiteren wurden Inhalte, Aufbau und Struktur der Internetplattform entwickelt und umgesetzt.

Teilschritte und zeitlicher Rahmen für Arbeitspaket 1:

- November 2011 bis März 2012: Bedürfnisanalyse, Recherche von Hintergrundinformationen, Konzept und Entwicklung der Internetplattform;
- April 2012: Abstimmung des Konzeptes mit dem Auftraggeber;
- Mai bis Oktober 2012: Erarbeiten der Inhalte für die Internetplattform (Bildrecherche und -bearbeitung, Texterstellung und -redaktion), Umsetzung der Programmierung und Gestaltung, Einfügen sämtlicher Inhalte in das Content Management System;
- Freischaltung im November 2012 (unmittelbar nach der Preisverleihung des Bundespreises Ecodesign 2012).

Arbeitspaket 2: Konzeptüberarbeitung Wettbewerb

Nach der Durchführung des Bundeswettbewerbs 2012 wurde dieser im Hinblick auf folgende Punkte ausgewertet:

1. Hat sich die Einteilung in die Wettbewerbskategorien Produkt und Konzept sowie die Auslobung eines Nachwuchspreises in der Praxis bewährt? Ist eine Ausweitung der Kategorien evtl. sinnvoll?
2. Hat sich das Wettbewerbsverfahren als praktikabel erwiesen? Sollte die formale Einteilung in drei Stufen (Anmeldung, Vorauswahl rein digital, Jurysitzung/Ermitteln der Preisträger anhand dinglicher Einreichungen) beibehalten werden?
3. War das Anmeldeprozedere verständlich? Konnte die Anmeldung von allen Teilnehmern ohne große Schwierigkeiten und mit einem vertretbaren zeitlichen Aufwand vorgenommen werden? Wie kann die Gestaltung/Programmierung der Online-Anmeldemaske weiter optimiert werden?
4. Hat sich die Kriterienmatrix in der Praxis bewährt? Lässt sie sich weiter verbessern?

⁶ www.bundespreis-ecodesign.de

5. Wie kann die Attraktivität des Wettbewerbs (für Designer/-innen, Studierende, Unternehmen) bewertet werden? Sind die gewählte Form der Preisgestaltung und die Höhe des Preisgeldes für den Nachwuchspreis attraktiv?

6. Wie ist die Öffentlichkeitswirksamkeit der begleitenden Veranstaltungen einzuschätzen? Sollten Ort und Format der Preisverleihung 2012 auch für den Wettbewerb 2013 beibehalten werden?

7. Wie hoch war die Teilnehmerzahl in den verschiedenen Kategorien? Hat die Ausschreibung Designerinnen und Designer sowie Unternehmen in ausreichender Zahl erreicht? Was kann an der Bewerbung des neu auszulobenden Wettbewerbs noch verbessert werden?

8. Sollte die Zusammensetzung des Projektbeirats und der Jury beibehalten werden? In welcher Form sollte der Beirat weiterhin eingebunden werden?

9. War die Öffentlichkeitsarbeit zufriedenstellend oder kann daran noch etwas verbessert werden? Wie wurde in der Presse/den Onlinemedien über den Wettbewerb berichtet?

Für die Evaluierung wurde zum einen der Projektbeirat hinzugezogen, zum anderen wurde für eine vertiefende Auswertung einzelner Punkte (v. a. der Bewertungskriterien) mit dem Öko-Institut e. V. (Prof. Dr. Rainer Griebhammer) kooperiert und ein externer Auftrag hierfür vergeben. Die Auswertung der Bewertungskriterien erfolgte anhand der von BMUB, UBA und IDZ gemeinsam entwickelten Kriterienmatrix. Die Kriterienmatrix bildet die wesentlichen Kriterien für Ecodesign entlang des Produktlebenszyklus ab und dient als Orientierungshilfe für die Wettbewerbsteilnehmer/-innen und die Jury.

Auf Basis der Auswertung wurden Vorschläge für eine Weiterentwicklung und Verbesserung des Wettbewerbsformats entwickelt und dem Auftraggeber zur Abstimmung unterbreitet.

Teilschritte und zeitlicher Rahmen für Arbeitspaket 2:

- September bis November 2012: Auswertung des Wettbewerbs 2012 und Überarbeitung des Wettbewerbsformats;
- Ende November 2012: Abstimmung des Wettbewerbskonzeptes mit dem Auftraggeber.

Arbeitspaket 3: Durchführung des Wettbewerbs 2013

Das Arbeitspaket 3 umfasste die detaillierte Vorbereitung und Durchführung des Bundespreises Ecodesign im Jahr 2013. Auf Grundlage der Erfahrungen aus der Durchführung des ersten Wettbewerbs und der in Arbeitspaket 2 erzielten Ergebnisse wurde die Neuauslobung umgesetzt.

Teilschritt 1: Vorbereitung der Ausschreibungsunterlagen und Öffentlichkeitsarbeit

Die Ausschreibungsunterlagen wurden überarbeitet und angepasst, sodass der Wettbewerb pünktlich zum Jahresbeginn 2013 ausgelobt werden konnte. Es wurde angestrebt, das Einreichungsverfahren um genau ein Jahr versetzt nach der erstmaligen Auslobung beginnen zu lassen, da durch die Regelmäßigkeit eine bessere Einprägsamkeit gegeben ist.

Für die Bewerbung des Wettbewerbs wurden die umfassenden Kontakte des IDZ in die Designszene genutzt, darüber hinaus wurden weitere Netzwerke/Initiativen (wie z. B. die Konferenz der Deutschen Designzentren, die Initiative Kultur und Kreativwirtschaft des Bundes, Create Berlin, media.net, ddc deutscher designer club) und die Beiratsmitglieder als Multiplikatoren hinzugezogen. Die Verteiler, die im ersten Durchgang genutzt wurden, wurden aktualisiert und erweitert, ebenso die bestehenden Medienpartnerschaften.

Teilschritt 2: Aufbereitung der Einreichungen, formale Prüfung, Expertenbewertung und Vorauswahl

Anfang Januar 2013 wurde der Bundespreis Ecodesign zum zweiten Mal ausgelobt. Die Einreichungen (die digital über die Online-Maske erfolgten) wurden gesichtet, auf ihre Vollständigkeit und die Übereinstimmung mit den Teilnahmevoraussetzungen hin überprüft, katalogisiert und für die Expertenbewertung vorbereitet. Während der Bewertungsphase (durch die Fachleute aus dem UBA und dem Projektbeirat) wurden, falls erforderlich, weitere Informationen zu den eingereichten Projekten eingeholt. Die Bewertungen wurden online erfasst. In enger Abstimmung mit dem Auftraggeber wurden die Ergebnisse nach dem Ende der Bewertungsphase ausgewertet und eine Vorauswahl getroffen. Die Teilnehmer/-innen wurden über das Ergebnis informiert.

Teilschritt 3: Vorbereitung und Durchführung der Jurysitzung

Über die Zusammensetzung der Jury wurde in Abstimmung mit dem Auftraggeber entschieden. Es wurde auf eine kompetente Besetzung mit Expertinnen und Experten aus Design, Umweltforschung und -politik geachtet, um eine fachkundige und objektive Bewertung zu gewährleisten.

Die Jurysitzung wurde vorbereitet und ihre Durchführung betreut. Dies beinhaltete die dingliche Entgegennahme aller Einreichungen, die für die Endrunde nominiert wurden sowie ihre Aufbereitung und Präsentation in übersichtlicher Form. Hierfür wurden Räume im ehemaligen Flughafen Tempelhof in Berlin sowie Mobiliar und Technik bei einem externen Dienstleister angemietet.

Der Ablauf der Jurysitzung und das Abstimmungsverfahren (Vergabe von Punkten, Erstellen eines Rankings, Ausschlussverfahren etc.) wurden in Abstimmung mit dem Auftraggeber festgelegt. Die Sitzung wurde textlich und fotografisch protokolliert, die Ergebnisse wurden aufbereitet und dokumentiert. Für die Kommunikation nach außen (Presse und Internetpräsenz) wurden Statements der Jurymitglieder zu den Preisträgern angefordert. Die Texte zu den Nominierten wurden redaktionell überarbeitet und auf der Internetseite veröffentlicht. Die Presse wurde über das Ergebnis der Jurysitzung informiert.

Teilschritt 4: Vorbereitung und Durchführung der Preisverleihung:

Die Preisverleihung wurde in enger Absprache mit dem Auftraggeber inhaltlich vorbereitet und organisiert. Sie fand (wie bereits 2012) in den beiden Lichthöfen des Bundesumweltministeriums in Berlin statt. Die Preise wurden von Frau Ursula Heinen-Esser, Parlamentarische Staatssekretärin im BMUB (in Vertretung des Bundesumweltministers) und von Herrn Jochen Flasbarth, dem Präsidenten des Umweltbundesamtes, überreicht. Setting, Redner und Ablauf wurden in Absprache mit dem BMUB und UBA festgelegt, die Einladungslisten wurden ebenfalls im Vorfeld abgestimmt.

Teilschritte und zeitlicher Rahmen für Arbeitspaket 3:

- November bis Dezember 2012: Vorbereitung und Entwurf der Materialien (Ausschreibungsunterlagen, Kommunikationsformate);
- Januar bis April 2013: Bewerbung des Wettbewerbs (Auslobung Anfang Januar 2013, Entgegennahme von Anmeldungen bis Mitte April 2013);
- Mai bis Juli 2013: Aufbereitung der Einreichungen, formale Prüfung, Expertenbewertung und Vorauswahl;

- August bis November 2013: Vorbereitung und Durchführung der Jurysitzung und Preisverleihung.

Arbeitspaket 4: Empfehlungen zur Weiterführung des Wettbewerbs

Nach der Durchführung des Wettbewerbs erfolgte die kritische Auswertung der Ergebnisse zusammen mit dem Auftraggeber und dem Projektbeirat. Diese Gespräche und die interne Evaluierung ergaben, dass eine Weiterführung und langfristige Etablierung des Bundespreises Ecodesign von allen Seiten als sinnvoll betrachtet wurden. Darüber hinaus wurde auch festgestellt, dass nach nur zwei Ausschreibungen noch keine abschließende Bewertung des Wettbewerbsformates erfolgen kann. Hinsichtlich des Ablaufs, der Kategorien, der angeforderten Unterlagen und Informationen, einer weiteren Optimierung der Software, der Anmelde- und Bewertungsmasken, der Verwaltung der Einreichungen usw. wurde noch Evaluierungs- und Entwicklungsbedarf gesehen.

In enger Abstimmung mit dem Auftraggeber und dem Projektbeirat wurde deshalb beschlossen, das Wettbewerbsformat und -verfahren nach dem zweiten Durchlauf nochmals auf den Prüfstand zu stellen, um im Zuge einer dritten Ausschreibung einen erneuten Praxistest durchzuführen, mit dem Ziel der langfristigen Etablierung des Preises.

Hierfür wurde zum einen die Umwidmung der für die Durchführung eines Expertenworkshops mit dem Thema „Empfehlungen zur Weiterführung“ bewilligten Mittel beantragt und zum anderen eine Aufstockung des Vorhabens und eine Verlängerung des Projektzeitraums um zwei Monate bis zum 30. April 2014. Ein zusätzliches 5. Arbeitspaket „Vorbereitung und Durchführung der Ausschreibung 2014“ wurde definiert.

Teilschritte und zeitlicher Rahmen für Arbeitspaket 4:

- November bis Dezember 2013: Auswertung der Wettbewerbsergebnisse u. Ableiten von Empfehlungen zur Weiterführung des Bundeswettbewerbs (in Abstimmung mit dem Auftraggeber und dem Projektbeirat).

Arbeitspaket 5: Vorbereitung und Durchführung der Ausschreibung 2014

Der erneute Wettbewerbsdurchlauf 2014 wurde vorbereitet. Dies beinhaltete die Überarbeitung und Anpassung der Internetplattform und der dazu gehörenden Software, das Erarbeiten der Ausschreibungsunterlagen, die Akquise und Betreuung von Wettbewerbsteilnehmerinnen und -teilnehmern, das Management der Einreichungen sowie die begleitende Kommunikation, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

Teilschritte und zeitlicher Rahmen für Arbeitspaket 5:

- Dezember 2013 bis Januar 2014: Erarbeiten und Veröffentlichen der Ausschreibungsunterlagen, Anpassen und Freischalten des Anmeldetools auf der Internetplattform, Berufung der Jurorinnen und Juroren (in Absprache mit dem Auftraggeber), Versand einer gemeinsamen Pressemitteilung von BMUB, UBA und IDZ, Produktion und Versand von Flyern und Plakaten, Erneuern der Medienpartnerschaften;
- Februar bis April 2014: Teilnehmerakquise und -betreuung, Schaltung von Anzeigen, Vorbereiten der Unterlagen für die Bewertung, Anpassen des Bewertungstools auf der Internetplattform, Einrichten der Logins für die Bewerter.

Die Ausschreibung und Entgegennahme der Einreichungen konnte bis zum Ende des Projektzeitraums erfolgreich durchgeführt werden. Insgesamt 216 Projekte wurden eingereicht. Die daran anschließenden Wettbewerbsphasen (Expertenbewertung, Jurysitzung und Preisverlei-

hung) werden über eine Zuwendung auf Ausgabenbasis finanziert, sodass die weitere Durchführung des Wettbewerbs im Zeitraum Mai bis Dezember 2014 gesichert ist. Eine Weiterführung für weitere vier Jahre (bis 2018) wird von Seiten der Auslober BMUB und UBA unterstützt, die Finanzierung des Vorhabens ist weiterhin mittels einer Zuwendung auf Ausgabenbasis vorgesehen.

4 Konzeption und Umsetzung der Best-Practice-Plattform

Neben der erneuten Auslobung und Durchführung des Wettbewerbs war der Ausbau der Internetseite www.bundespreis-ecodesign.de zu einer Best-Practice-Plattform Gegenstand des Forschungsvorhabens. Ziel dabei war es, auf dieser Plattform zukünftig nicht nur die Informationen zum Wettbewerb und die jeweils aktuelle Ausschreibung zu veröffentlichen, sondern auch Hintergrundwissen, Arbeitshilfen und weiterführende Informationen zum Thema Ecodesign sowie gute Beispiele (eine Online-Ausstellung der Nominierten und Preisträger des Wettbewerbs).

Langfristig wird angestrebt, die Internetseite zu einem zentralen Knotenpunkt für Ecodesign in Deutschland werden zu lassen, der vor allem die Möglichkeit bietet, Informationen, Wissen, konkrete Fakten, Kriterien für ökologisches Design usw. abzurufen, um so eine Wissenslücke zu schließen und einen leichteren Zugang zum Thema Ecodesign zu ermöglichen. Darüber hinaus soll die Internetplattform auch Vernetzung und Austausch ermöglichen und gute Beispiele anschaulich präsentieren – als Inspirationsquelle und Hilfestellung für (angehende) Designer/-innen sowie auch für die Interessenten und potentiellen Bewerber des Wettbewerbs.

4.1 Ergebnisse der durch das BIS Berliner Institut für Sozialforschung durchgeführten Umfrage

Um die Internetplattform den Bedürfnissen der potentiellen Nutzer/-innen entsprechend zu gestalten, wurde zunächst – in Kooperation mit dem Berliner Institut für Sozialforschung GmbH (BIS) – eine Anforderungsanalyse durchgeführt. Diese Analyse sollte Aufschluss über die tatsächlichen Wünsche und Erwartungen an eine solche Plattform geben. Mittels einer Online-Befragung wurde ermittelt, welche Themen möglichen Nutzerinnen und Nutzern der Plattform wichtig sind, welche Informationen gewünscht werden, welche konkreten Hilfestellungen für die praktische Umsetzung von Ecodesign benötigt werden sowie auch welche Hauptprobleme und Hemmnisse gegenwärtig bestehen.

Es wurde ein Fragebogen entwickelt, der an rund 630 Personen verschickt wurde. Der Rücklauf lag bei insgesamt 201 Fragebögen. Zielgruppe der Befragung waren zum einen freiberufliche oder in einem Unternehmen bzw. einer Agentur angestellte Designer/-innen verschiedener Design-Sparten, Design-Studierende und Lehrende an Design-Hochschulen sowie Multiplikatoren im Design. Zum anderen wurden auch designorientierte Unternehmen angeschrieben sowie Netzwerke, Verbände und Institutionen aus dem Umweltbereich.

Die Analyse hat ergeben, dass der überwiegende Teil der Befragten (92 %) bereits ökologische Fragestellungen bei der Produktentwicklung und -gestaltung berücksichtigt. Über 40 % haben sogar angegeben, dass sie ökologische Aspekte schon seit mehr als fünf Jahren in die Entwicklung ihrer Produkte integrieren. Dennoch zeigte die Befragung, dass selbst bei dieser Gruppe noch ein erhebliches Wissensdefizit besteht. So haben über ein Viertel der Befragten angegeben, dass mangelnde Information eines der Hauptprobleme bei der Umsetzung von Ecodesign darstellt.

Hinsichtlich der vorgeschlagenen Angebote für die Internetplattform hat die überwiegende Mehrheit (95,1 %) eine Übersicht über die wichtigsten Kriterien für ökologisches Design für sehr wichtig gehalten, gefolgt von einer Einführung in das Thema Ecodesign und Informationen über Weiterbildungseinrichtungen und -angebote (jeweils 92,1 %). Ein Handlungsleitfaden für die praktische Umsetzung eines Ecodesign-Projektes (90,5 %) wurde ebenfalls als hilfreich betrachtet, auch Links zu Netzwerken, Portalen, Initiativen und Blogs (90,1 %) wurden ge-

wünscht. Grundsätzlich wurden auch die anderen vorgeschlagenen Informationsangebote von jeweils mehr als 80 % der Befragten als wichtig erachtet.

4.2 Gliederung und Inhalte der Internetplattform

Auf Basis der Ergebnisse der Anforderungsanalyse wurde die Internetplattform wie folgt aufgebaut und die Struktur der Seite www.bundespreis-ecodesign.de entsprechend angepasst.

Die Startseite wurde neu programmiert. Anders als davor, führt sie nicht direkt zum Wettbewerb, sondern bietet drei Zugangsmöglichkeiten (Hauptmenüs):

4. zu den Informationsangeboten zum Thema Ecodesign,
5. zum aktuellen Wettbewerb um den Bundespreis Ecodesign,
6. zur Wanderausstellung der Preisträger und Nominierten.

Hinsichtlich der Programmierung wurde als wichtig erachtet, dass die jeweiligen Unterseiten weiterhin übersichtlich gestaltet und einfach zu pflegen sind und eine Verlinkung der Inhalte wie auch der Wechsel zwischen den verschiedenen Ebenen und Menüs jederzeit möglich ist. Ziel war es, die Seite so zu gestalten, dass sie ohne hohen administrativen Aufwand und Steuerung von außen auskommt. Da sich das bisher genutzte Content Management System „Editus“ bewährt hatte, wurde es weiterhin eingesetzt. Mit der Programmierung und Umsetzung der Internetplattform wurde das Berliner Kommunikationsdesign-Büro Adler & Schmidt beauftragt, das auch die Kommunikationsformate im Wettbewerb 2012 entwickelt hat (Internetseite inkl. Programmierung der Datenbank, Gestaltung des Logos und der Ausschreibungsunterlagen).

Im Folgenden werden Aufbau und Struktur der Internetseite kurz skizziert. Bildlich gesprochen spaltet sich die Seite in drei Äste auf, diese bilden die drei Hauptmenüs der Internetplattform:

- „Über Ecodesign“,
- „Der Wettbewerb“ und
- „Die Ausstellung“.

4.2.1 „Über Ecodesign“ als neuer Menüpunkt

Die Inhalte für den Menüpunkt „über Ecodesign“ wurden recherchiert und für die Darstellung im Web aufbereitet.⁷ Im Wesentlichen finden die Nutzer/-innen in diesem Bereich der Internetseite Informationen zu folgenden Themen:

Hintergrundwissen

- Definitionen und Einführung zum Thema Ecodesign:

Was ist Ecodesign, wie wird Ecodesign definiert?

Warum ist Design aus Umweltsicht so wichtig, welche Umweltauswirkungen verursachen Produkte?

Welche Grundprinzipien sind zu beachten?

z. B. Lebenszyklus-Denken, umweltverträgliche Bauweise/Konstruktion, umweltverträgli-

⁷ Rückgriff auf vorhandenes Material, alle Inhalte wurden in enger Absprache mit dem BMUB und UBA erstellt.

che Materialien und Produktionsweisen, Langlebigkeit (auch ästhetische Langlebigkeit!), umweltfreundliche Nutzung und Verwertung bzw. Entsorgung am Ende des Lebenszyklus

- Informationen über rechtliche Grundlagen im Bereich Ecodesign:
Welchen Stellenwert hat Ecodesign in der umweltpolitischen Debatte?
Welche umweltpolitischen Strategien, Aktionspläne usw. gibt es?
Welche relevanten gesetzlichen Regelungen gibt es?
Informationen über anerkannte Umweltzeichen
z. B. Blauer Engel, EU-Ecolabel, Energieeffizienzklassen, freiwillige Umweltproduktdeklarationen von Produzenten (z. B. die Environmental Product Declaration, EPD im Bereich von Bauprodukten)
- eine Liste grundlegender Veröffentlichungen

Kriterien

- eine Übersicht über die Kriterien für ökologisches Design: Veröffentlichung der für den Wettbewerb entwickelten Kriterienmatrix (auch als PDF zum Download unter www.bundespreis-ecodesign.de/de/ecodesign/kriterien)

Informationen zu Aus- und Weiterbildungsangeboten

Hier ist eine Verknüpfung mit dem Projekt FKZ 3712 95 303 „Verankerung von ökologischen Aspekten in der Designausbildung“ vorgesehen. Sobald die Materialien vorliegen, werden sie in diesem Bereich der Internetseite veröffentlicht.

Methoden und Arbeitshilfen

- Informationen über Datenbanken, Software-Tools und andere Instrumente
z. B. Ecolizer 2.0, SIS Toolkit, Ecoinvent, Umbertoo
- eine Übersicht über Methoden, Normen und technische Regelwerke, Umweltmanagementsysteme etc.: Ökobilanzen/Lebenszyklusanalysen (Life Cycle Assessment, LCA), z. B. nach DIN ISO 14040ff, Product Carbon Footprint, Water Footprint, Stoffstromanalysen, (harmonisierte) produktbezogene Normen, Benchmarks, allgemeine und produktgruppenspezifische Leitlinien für ökologisches Design, Systeme für das Umweltmanagement in den Produktionsstätten, wie z. B. EMAS und ISO 14001ff

Links

Hier werden Links zu interessanten Netzwerken, Initiativen, Portalen und Blogs rund um das Thema ökologisches Design veröffentlicht.

4.2.2 Ausbau des Menüpunktes „Der Wettbewerb“

Der Menüpunkt „Der Wettbewerb“ wurde neu strukturiert und weiter ausgebaut. Hier finden die Nutzer/-innen der Plattform die jeweils aktuelle Ausschreibung des Wettbewerbs mit allen relevanten Informationen (AGBs, Verfahren, Jury usw.). Gleichzeitig erfolgt in diesem Bereich die Registrierung für die Teilnahme am Wettbewerb, wie auch die Verwaltung, Bewertung und Vorauswahl der Einreichungen über die dafür erstellten Online-Masken.

Weiterhin werden hier ausgewählte Informationen zu den Wettbewerben der Vorjahre veröffentlicht:

- eine Online-Ausstellung der Preisträger und Nominierten aus allen Wettbewerben;
- ein Pressearchiv und ein Pressespiegel mit wichtigen Veröffentlichungen sowie Impressionen/Bildern von der Jurysitzung und Preisverleihung.

Von einer kompletten Archivierung und Bereitstellung der Informationen aus den vorhergegangenen Wettbewerben wurde nach Rücksprache mit dem Auftraggeber abgesehen, da bestimmte Inhalte ihre Relevanz verlieren und die Speicherkapazität unnötig beansprucht würde.

4.2.3 Informationen zur Wanderausstellung der Preisträger und Nominierten unter dem Menüpunkt „Die Ausstellung“

In diesem Bereich der Internetseite werden alle aktuellen Informationen zur Wanderausstellung veröffentlicht:

- Grundsätzliches über die Ausstellung: Ziele, Inhalte, Exponate;
- Impressionen/Bilder von den verschiedenen Stationen;
- Informationen über die Orte und Termine, ggf. die begleitenden Formate an den jeweiligen Ausstellungsorten, Verlinkung zu den Internetseiten der Veranstalter;
- Presseinformationen.

Abbildung 1: Die Ausstellung im Designhaus Darmstadt



5 Prüfung und Erweiterung der Kriterienmatrix: Ergebnisse der Evaluierung durch das Öko-Institut

5.1 Aufgabenstellung

Die Konzeptüberarbeitung des Wettbewerbs und die Neuauslobung im Jahr 2013 war, neben der Entwicklung der Best-Practice-Plattform, Gegenstand dieses Forschungsvorhabens. Ein wichtiger Punkt dabei war die Evaluierung der im Vorfeld der Auslobung 2012 entwickelten Kriterienmatrix, die zur Information und Orientierung sowohl für die Wettbewerbsteilnehmer/-innen als auch für die Jury dient. Die Matrix bildet die wesentlichen Kriterien zur Bewertung der Gestaltungsqualität und der ökologischen Qualität von Produkten ab.

Die Evaluierung der Kriterienmatrix sollte darüber Aufschluss geben, ob die wichtigsten Fragestellungen zur Bewertung der ökologischen Produktqualität darin enthalten sind. Falls erforderlich, sollten Korrekturen und Ergänzungen vorgenommen werden. Dabei sollte unter anderem auch geprüft werden, ob sich die Kriterienmatrix in der Praxis bewährt hat und ob sie sich ggf. noch verbessern lässt.

Um den Einsatz der Kriterienmatrix in der Praxis zu evaluieren und bei Bedarf Vorschläge zur möglichen Weiterentwicklung vorzulegen, wurde das Öko-Institut mit einer Kurzstudie beauftragt. Den Autor(inn)en der Kurzstudie waren der Bundespreis Ecodesign und der Vergabeprozess auch aus der Praxis bekannt, weil sie im Beirat (Dr. Dietlinde Quack) und in der Jury (Prof. Dr. Rainer Griebhammer) vertreten waren.

Bei der Bearbeitung sollten die folgenden Punkte näher behandelt werden:

- stärkere Ausweitung der Kriterien auf alle in Frage kommenden Produkte,
- Erweiterung der Kriterien auf Dienstleistungen (bisher stark auf materielle Produkte zugeschnitten),
- Prüfung auf Vollständigkeit (z. B. Strahlenschutz, Flächenbedarf, ...),
- Vorschläge zum Umgang mit Vorketten/Zuliefermanagement (weil Vorketten bei solchen Fragebögen erfahrungsgemäß oft nicht adäquat ausgefüllt werden),
- Vorschläge für konkrete Ausschlusskriterien (z. B. bei den Schadstoffen/Inhaltsstoffen),
- Vorschläge zum Umgang mit Zielkonflikten,
- Ausschluss von sozialen Hot-Spots (weil diese auch ein ökologisches Produkt in Frage stellen),
- technische bzw. produktimmanente Unterstützung von umweltfreundlichem Verhalten und Geräte-Voreinstellungen,
- stärkerer Fokus auf verbraucherbezogene Aspekte wie Vertragsgestaltung, Datenschutz, Gewährleistung.

5.2 Vorgehensweise

Die folgenden Arbeiten wurden im Rahmen der Kurzstudie durchgeführt:

1. Sichtung der ausgefüllten Bewerbungsbögen für den Wettbewerb 2012,
2. Erstellung eines Entwurfs-Papiers zur Evaluation und möglicher Weiterentwicklungen,

3. Diskussion des Entwurfs-Papiers im Anschluss an die Preisverleihung sowie bei der Beiratssitzung mit dem IDZ, den Beiratsmitgliedern sowie den Auftraggebern BMUB und UBA (Präsentation durch das Öko-Institut),
4. Diskussion der Ergebnisse und Änderungsvorschläge auf einer Telefonkonferenz mit dem IDZ,
5. Fragebogengestützte Telefon-Interviews mit Jurymitgliedern, Unternehmen, Designerinnen und Designern sowie mit bei der Expertenbewertung beteiligten Vertretern aus dem UBA,
6. Aufnahme der Ergebnisse und Erstellung der Kurzstudie.

5.3 Ergebnisse

5.3.1 Gutes Design und/oder guter Umweltschutz?

Diese Frage hat das Öko-Institut der Evaluierung der Kriterien vorausgestellt, da sie für die Auswahl der Produktgruppen und die Jury-Entscheidungen nicht unerheblich ist. Folgende Empfehlungen haben die Autor(inn)en der Kurzstudie im Hinblick darauf ausgesprochen:

- Bei der Ausschreibung hervorheben, dass erstens sowohl die ökologischen als auch die gestalterischen Anforderungen berücksichtigt werden müssen und dass zweitens mindestens eine der Anforderungen in hervorragender Weise erfüllt werden muss und die andere Anforderung mindestens überdurchschnittlich.
- In den Bewerbungsunterlagen stärker darauf hinzuweisen, dass die Bewerber vergleichend aufzeigen sollen, warum ihr Produkt gegenüber den bereits auf dem Markt befindlichen Produkten deutlich besser ist.
- Speziell bei Dienstleistungen wurde festgestellt, dass größere Herausforderungen bestehen, das Design darzustellen bzw. die Dienstleistung als Jury direkt zu erproben. Hier wurde auf das Beispiel Nachbarschaftsauto Bezug genommen, eines der im Jahr 2012 prämierten Projekte (siehe S. 75): Die Jurymitglieder können zwar die Webseite anschauen, aber nicht ein Auto mieten, den Nachbarn kennenlernen etc. Hier wurde empfohlen, bei den Bewerbungen mehr bzw. besseres „Storytelling“ einzufordern.

5.3.2 Wesentliche Themenbereiche und Kriterienmatrix

Im Bewerbungsbogen für den Wettbewerb 2012 wurden Fragen zu den folgenden vier Themenbereichen gestellt:

- **Innovationsgrad** (im Design, im Umwelt- und Ressourcenschutz, in der Herstellung oder in der Vermarktung),
- **Umweltschutz** (formuliert als Umweltentlastungen entlang der Wertschöpfungskette, aber auch Beiträge des Designs zur Verbesserung des Umweltschutzes, beispielsweise zur Verlängerung der Produktdauer bzw. -nutzung),
- **Umweltbelastung** (mit Aufforderung zur Benennung möglicher Umwelt- oder Gesundheitsprobleme bzw. Gehalte toxischer Stoffe oder besondere Emissionen),
- **Auswirkungen auf Alltagskultur und Nutzerverhalten** (beispielsweise durch symbolische Funktionen, gezielte Verbraucherinformation o. ä.).

In der Kriterienmatrix, die dem Bewertungsprozess zugrunde lag, wurden diese detailliert aufgeführt bzw. in Indikatoren übersetzt und über den Produktlebenszyklus dargestellt. Dabei

wurden Design- und Umweltaspekte zusammen betrachtet. Ein Teil der Parameter bezog sich eher aufs Design (Idee und Gesamtkonzeption, Gestaltung und Konstruktion, Produktkommunikation) und ein anderer Teil auf den Umwelt-, Ressourcen- und Gesundheitsschutz (Material- und Energieeinsatz, Schadstoffe, wie Emissionen, Sozial- und Gesundheitsverträglichkeit). Zusätzlich wurde als wesentlicher Indikator zur Sozialverträglichkeit bei der Herstellung auf die Einhaltung der ILO-Kernarbeitsnormen hingewiesen.

Die Auswertung des Bewerbungsbogens und der Kriterienmatrix führte zu folgenden Empfehlungen:

- Die Themen **Umweltschutz** und **Umweltbelastung** bei den im Bewerbungsbogen abgefragten Kategorien zusammenzufassen. Die eigentliche Herausforderung besteht nach Einschätzung der Autor(innen) nicht darin, mögliche Beiträge zum Umweltschutz oder mögliche Umweltbelastungen zu nennen, sondern diese gegeneinander abzuwägen, wie in einer Ökobilanz üblich. Da eine absolute Bewertung von Umweltaspekten schwer fällt, wurde empfohlen, die Umweltentlastung gegenüber einem vergleichbaren konventionellen Produkt darzustellen oder – im Falle völlig neuer Produkte – gegenüber dem Status Quo (= Welt ohne das neue Produkt, was wird besser?).
- Bei den Fragen zum **Innovationsgrad** wurde empfohlen, zwischen Umwelt-Innovation und Design-Innovation zu unterscheiden und beim Design den Aspekt der Vermarktung stärker zu betonen.
- Eine zusätzliche Empfehlung lautete, **Nutzen** und **Preise/Lebenszykluskosten** als neue Fragenkomplexe einzuführen – die Nutzenaspekte bei der Kategorie Innovationsgrad und ggf. auch bei Alltagskultur (Symbolische Aspekte), die Kostenaspekte bei der Kategorie Alltagskultur und Förderung umweltfreundlichen Konsums.

5.3.3 Auswertung der Bewerbungen für den Bundespreis Ecodesign 2012

Bewerbungen in der Wettbewerbskategorie „Produkt“

Die Bewerbungen in der Kategorie „Produkt“ wurden für die Evaluierung in folgende Produktgruppen unterteilt:

- **Möbel** (Stühle, Hocker, Sofas, Regale, Bezugstoffe, Baby-Pendelliege etc.):
11 Bewerbungen (Nummern 14, 112, 117, 128, 143, 203, 237, 242, 342);
- **Technische Produkte**, oft für den Massenmarkt, zum Teil bekannte Hersteller:
18 Bewerbungen, breites Spektrum vom Hybrid-Dieselstapler bis zum Motorenöl oder Händetrockner (Nummern 45, 61, 65, 78, 104, 106, 108, 115, 124, 149, 177, 220, 222, 250, 263, 277, 280, 281, 284, 371);
- **Materialien und Prozesse** (Kompositmaterialien, Mineralschaumplatte, Verbundsysteme; Prozesse wie Lasershapen etc.):
5 Bewerbungen (Nummern 36, 11, 240, 288, 301);
- **Bodenmaterialien und Teppiche** (auch Fliesen u. a.):
6 Bewerbungen (Nummern 63, 133, 154, 173, 289, 331);
- **Leuchten**, ökologisch den heutigen Anforderungen entsprechend (Energiesparlampen, LED-Lampen):
10 Bewerbungen (Nummern 152, 252, 290, 291, 343, 347, 349, 359, 366, 373);

- **Textilien** (diese wurden bei der Evaluierung als ökologisch und im Design wenig hervorragend bewertet):
4 Bewerbungen (Nummern 52, 179, 276, 297);
- **Dienstleistungen:** 1 Bewerbung / Nachbarschaftsauto (siehe S. 75);
- **Sonstiges:** 1 Ausstellung (Nummer 153).

Ziel der Auswertung war zum einen, zu überprüfen, ob die im Bewerbungsbogen ermittelten Angaben für eine Bewertung ausreichend sind oder ob noch zusätzliche Fragen notwendig sind. Zum anderen sollte durch die Auswertung ermittelt werden, ob ggf. eine Einteilung und stärkere Ausdifferenzierung der Wettbewerbskategorien in mehrere Unterkategorien (die sich nach Produktgruppen richten) sinnvoll wäre.

Für zukünftige Ausschreibungen wurde empfohlen, Materialien auszuschließen, da diese von der Materialqualität und teilweise von der Ökologie her ohne detaillierte Prüfungen sehr schwer zu beurteilen sind und gleichzeitig auch vom Design her schwer zu bewerten sind, weil auf dem Markt ja Produkte und nicht Materialien angeboten werden. Dies wurde auch für die Bewerbungen bei den Konzepten (Nummern 325, 335) empfohlen.

Eine Sonderstellung unter den Produkten hatten Einreichungen aus dem Grafikdesign, wie **Spiele, Bücher oder Ausstellungen**, hier wurde vorgeschlagen, eine neue Kategorie **Bildungsmaterialien (Arbeitstitel)** einzuführen.

Dienstleistungen wurden als wichtiger Bereich gesehen, der beibehalten werden und noch verstärkt beworben werden sollte.

Bewerbungen in der Wettbewerbskategorie „Konzept“

Die Bewerbungen in der Kategorie „Konzept“ wurden als sehr unterschiedlich, oft kreativ und ökologisch innovativ bewertet. Lediglich der Ausschluss von Materialien wurde auch für diese Kategorie empfohlen (Beispiele Nummern 325, 335).

Bewerbungen in der Wettbewerbskategorie „Nachwuchs“

Auch die Nachwuchs-Bewerbungen wurden als sehr kreativ bewertet, es wurden Überschneidungen zum Bereich Dienstleistungen oder der Kategorie „Konzept“ festgestellt (z. B. Pfandring oder .eco). Mehrere der Nachwuchs-Projekte erfüllten den Anspruch der Kategorie „Konzept“ und hätten sehr gut dort eingereicht werden können. Wiederum als schwierig zu bewerten wurden auch hier Materialien und Prozesse angesehen (Beispiele Nummern 75, 140).

Wie bei den Produkten fanden sich größere Bewerbungszahlen zu:

- Textilien (10 Bewerbungen),
- Möbeln (10 Bewerbungen),
- Bildungsmaterialien (7 Bewerbungen: 107, 165, 167, 184, 251, 367, 374).

5.3.4 Interviews

Zum Wettbewerbsverfahren und Bewertungsprozess 2012 führte das Öko-Institut fragebogen-gestützte Telefoninterviews durch – mit insgesamt 14 Mitgliedern des Beirats des Ecodesign-Preises, Mitgliedern der Jury, Fachleuten des Umweltbundesamts sowie mit Preisträgern der Kategorien „Produkt“, „Konzept“ und „Nachwuchs“. Nachfolgend sind die wesentlichen Hinweise aus den 14 Interviews zusammengefasst:

- Der Bundespreis Ecodesign wurde insgesamt als sehr gut und hochkarätig eingeschätzt. Die Gesamteinschätzung war, dass er zum wichtigsten Designpreis werden könnte und dass er gegenüber anderen Designpreisen durch den zusätzlichen Bezug auf Ökologie einen klaren Mehrwert bietet.
- Die Umsetzung wurde als sehr gut und professionell eingeschätzt.
- Angeregt wurde u. a., den Anmeldeprozess zweistufig zu gestalten und bei der ersten Stufe die Anforderungen noch nicht so hoch zu setzen bzw. die Bewerbungsmodalitäten zu vereinfachen.
- Auch eine stärkere Unterteilung der Ausschreibung in verschiedene Produktgruppen wurde angeregt, neben den üblichen Gruppen auch Verpackungen und Visionäres/Paradigmenwechsel.
- Der Bewerbungsbogen und die Kriterien wurden – mit einigen Ergänzungen (s. u.) – als gut und ausreichend eingeschätzt, wobei es manchen Preisträger zu viele und zu komplexe Fragen waren, andere Preisträger aber genau das gut fanden und auch Anregungen daraus bezogen.
- Wesentliche Wünsche nach Ergänzungen: Die Produkte sollten im Vergleich zu anderen Produkten bzw. dem Status Quo dargestellt werden. Die Bewerber sollten sich bei Ökologie-, Nutzen- und Technik-Kriterien die typischen produktspezifischen Kriterien beim Umweltzeichen oder Stiftung Warentest anschauen und darauf Bezug nehmen. Es sollten Hinweise auf Preise/Kosten abgefragt werden.
- Für die Jury-Sitzung sollte es weniger Nominierungen und mehr Zeit für Diskussion und Preisauswahl geben. In der Jury sollte auch ein Ökonom vertreten sein.
- Bei der Preisverleihung sollten die Urkunden individuell ausgestellt sein (z. B. mit den Statements der Juroren), auf keinen Fall sollte immer der gleiche Text vorgelesen werden. Die Nominierten sollten auch bei der Preisverleihung, mindestens aber auf der Webseite hervorgehoben werden.
- Die Medienarbeit könnte verbessert werden, sowohl im Vorfeld (z. B. durch Hintergrundgespräche mit Medienvertretern), wie auch in der Nachverfolgung.

5.3.5 Querbetrachtung zu den Kategorien

Hinsichtlich der Unterteilung in verschiedene Wettbewerbskategorien wurde empfohlen, detailliertere Kategorien aufzustellen, um eine bessere Vergleichbarkeit und Bewertung zu ermöglichen (hierbei jedoch Einreichungen zu Materialien auszuschließen).

Im Zuge der anstehenden Transformation der Gesellschaft wurde ein besonderer Bedarf in den Bereichen Wohnen und Mobilität konstatiert.

Vorgeschlagen wurden folgende Kategorien:

- Produkte aller Art (technische Produkte, Möbel, Leuchten, Textilien, etc.);
- Dienstleistungen aller Art;
- Mobilitäts-Produkte und Dienstleistungen;
- Gebäude und Wohnmodelle;
- Umwelt- und Nachhaltigkeits-Bildung (Produkte und Dienstleistungen, professionell gestaltete Entwürfe, aber auch Nachwuchs);

- Konzepte, Ideen und Dienstleistungen.

5.3.6 Einzelaspekte

Folgende Einzelaspekte wurden im Zuge der Evaluierung behandelt:

Erweiterung auf Dienstleistungen

Bei den Bewerbungen für den Bundespreis Ecodesign 2012 gab es bei den Produkten bzw. den „professionellen“ Einreichungen nur eine Bewerbung aus dem Bereich Dienstleistungen, bei den Konzepten aber deutlich mehr. Grundsätzlich wurde festgehalten, dass die bisherige Kriterienmatrix auch für Dienstleistungen geeignet sei – denn Dienstleistungen sind entlang des Lebenszyklus immer auch mit materiellen Aktivitäten verbunden. (Beispiel Waschsalon statt Waschen: Man nutzt gewerbliche Waschmaschinen und Trockner und fährt den Wäschekorb ggf. mit dem Auto zum Waschsalon.) Die oft vertretene implizite These, dass Dienstleistungen ökologisch besser seien als Produkte, müsste nach Auffassung der Autor(innen) im Einzelfall analysiert und bewiesen werden. Unabhängig davon wurde empfohlen, in der Ausschreibung die Dienstleistungen hervorzuheben.

Prüfung der ökologischen Aspekte auf Vollständigkeit

Die Prüfung der Kriterien auf Vollständigkeit ergab, dass folgende Umweltaspekte im Fragebogen und in der Kriterienmatrix nicht aufgeführt sind und ergänzt werden könnten:

- Lärm (wird in Bevölkerungsumfragen meist als das größte Umweltproblem genannt), hier wurde angeregt, zu erwartende Lärmwerte oder Lärmentlastungen anzugeben (Beispiele: Rasenmäher, Ventilatoren, Küchengeräte, Laubsauger etc);
- Flächenbedarf (kann vor allem bei Wohn- und Mobilitäts-Produkten positiv und negativ eine Rolle spielen);
- Strahlenschutz (wichtig vor allem bei IT-Produkten), hier könnte ein maximaler SAR-Wert von 0,6 gefordert werden;
- Biodiversität (kann z. B. bei Produkten zur Bodenpflege, Schutz vor Insekten etc. eine Rolle spielen).

Vorschläge für konkrete Ausschlusskriterien

Hier wurden drei Bereiche als relevant hervorgehoben, die nachfolgend dargestellt werden:

1. Fraglicher Nutzen:

Es wurde angemerkt, dass klassischerweise bei Öko- und Nachhaltigkeitsratings, zum Teil auch bei Labeln, bestimmte Produkt- und Dienstleistungskategorien ausgeschlossen werden, z. B. Alkohol, Tabak, Spiel mit Suchtgefahr. Allerdings wurde nicht erwartet, dass es beim Ecodesign-Preis gehäufte Bewerbungen dieser Produktgruppen geben werde (2012 gab es keine). Vereinfacht wurde deshalb empfohlen, bei der Ausschreibung auf die Gewährleistung von möglichst hohem Nutzen für Konsumenten und Gesellschaft hinzuweisen.

2. Problematische Inhaltsstoffe:

Ein allgemeiner Ausschluss von problematischen Inhaltsstoffen wurde als schwierig betrachtet und als Beispiele auf Quecksilber (Energiesparlampen) oder Blei (Autobatterien) oder die Diskussionen zu Wärmedämmmaterialien verwiesen. Die Schwierigkeit in der Praxis wurde auch bei der RoHS-Richtlinie festgestellt, bei der ausdrücklich auch zu beantragende Ausnahmen für Spezialfälle zugelassen sind.

Generell wurde angeraten, auf die Ausschlusskriterien bzw. Anforderungen beim Umweltzeichen Blauer Engel zu verweisen.

Beispiel Kunststoffe: Hier wurden folgende Ausschlusskriterien vorgeschlagen (mit dem Hinweis, bei Konzepten und in der Kategorie „Nachwuchs“ hervorzuheben, worauf in Zukunft geachtet werden muss):

- Den Kunststoffen dürfen als konstitutionelle Bestandteile keine Stoffe zugesetzt sein, die als krebserzeugend, erbgutverändernd und fortpflanzungsgefährdend der Kategorien 1, 2 oder 3 nach Tabelle 3.2 des Anhangs VI der EG-Verordnung 1272/2008 eingestuft sind. (Ausnahme: Prozessbedingte, technisch unvermeidbare Verunreinigungen)
- Halogenhaltige Polymere und halogenorganische Verbindungen als Additive sind in den Kunststoffen der Gehäuse und Gehäuseteile nicht zulässig und werden diesen Kunststoffteilen nicht zugesetzt. (Ausnahmen: Fluororganische Additive < 0,5 Masseprozent; Kunststoffteile mit einer Masse unter 25 Gramm; Fluorierte Kunststoffe wie z. B. PTFE)
- Die Kunststoffe dürfen keine Stoffe enthalten, die unter der Chemikalienverordnung REACH (1906/2006/EG) als besonders besorgniserregend identifiziert wurden und in die gemäß REACH Artikel 59 Absatz 1 erstellte Liste (sogenannte „Kandidatenliste“) aufgenommen wurden.
- Die Kunststoffe müssen frei sein von DNOP (di-n-octyl phthalate), DINP (di-isononyl phthalate) und DIDP (di-isodecyl phthalate).

Ausschluss von sozialen Hot-Spots

Es wurde betont, dass soziale Aspekte entlang der Wertschöpfungskette eine wichtige Rolle spielen können, nicht nur in Entwicklungs- und Schwellenländern (vgl. etwa Bauwirtschaft, Erntearbeiter, Zeitarbeiter etc.). Gleichzeitig wurde jedoch festgehalten, dass eine ausführliche Behandlung den Rahmen des Ecodesign-Preises sprengen und ihn zum Nachhaltigkeitspreis machen würde. Die Empfehlung in diesem Punkt lautete, darauf zu achten, dass soziale Hotspots ausgeschlossen werden, weil dies sowohl die einzelnen ausgezeichneten Produkte wie auch den Ecodesign-Preis als Ganzes in Frage stellen könnte.

Für die Ermittlung potenzieller sozialer Hotspots wurde es als hilfreich angesehen, eine Liste typischer Indikatoren zur Verfügung zu stellen. Als typische Beispiele wurden Kinderarbeit, schlechte Bezahlung, gesundheitsgefährdende Arbeitsbedingungen aber auch Korruption, massive Behinderung von Betriebsrat und Gewerkschaften oder massive Verletzung des Datenschutzes genannt.

Vorschläge zum Umgang mit Zielkonflikten

Es wurde festgehalten, dass in der Praxis verschiedene Zielkonflikte auftreten können. Typische Zielkonflikte wurden erörtert und eine adäquate Behandlung bei der Bewerbung bzw. im Vorfeld bei der Entwicklung vorgeschlagen.

1. Nutzensausweitung und Umweltbelastung:

Hierzu wurde festgehalten, dass Nutzensausweitungen oftmals zu höherer Umweltbelastung führen (z. B. der Kühlschrank hat noch einen Eis-Cruncher). Hier wurde eine Gegenüberstellung von spezifiziertem Nutzen und eine Einzelanalyse empfohlen: Was ändert sich, wenn ich den zusätzlichen Gebrauchsnutzen Eis-Cruncher weglassen oder: Wieviel weniger Strom verbraucht der Kühlschrank, wenn ich durch Schubladenfunktionen zu einem geringeren Kühlvolumen komme?

2. Ökobilanzieller Vergleich:

Da klassischerweise Zielkonflikte im Umweltbereich im Rahmen einer Ökobilanz bzw. ökobilanziellen Betrachtung behandelt werden, wurde noch einmal empfohlen, die beiden Bereiche Umweltschutz und Umweltbelastung aus dem Bewerbungsbogen zusammenzufassen.

3. Kosten und Umwelt:

Oftmals führen Umweltschutz-Maßnahmen zu höheren Kosten, bei energieverbrauchenden Produkten aber umgekehrt auch zu Kosteneinsparungen. Hier wurde zu einer Gegenüberstellung von Preisen/Lebenszykluskosten und Einzelanalysen geraten.

4. Technische bzw. produktimmanente Unterstützung von umweltfreundlichem Verhalten und Geräte-Voreinstellungen:

Diese Möglichkeiten werden nach Auffassung der Autor(inn)en gemeinhin unterschätzt. Es wurde empfohlen, auf ihre Bedeutung im Bewerbungsbogen hinzuweisen, zum Beispiel im Bereich „Auswirkungen auf Alltagskultur und Nutzerverhalten“. Als wesentliche Ansätze wurden die folgenden Lösungen benannt:

- Automatische Lösungen: Ersatz durch Automatik-Funktionen, Werkseinstellungen (Defaults), technische Maßnahmen zur Abmilderung von umweltbelastendem Verhalten,
- Informationsbasierte Lösungen: Warnsignale zur Erkennung von potenziell umweltbelastendem Verhalten, Information zum aktuellen oder aggregierten Energieverbrauch,
- Maßnahmen zur Erleichterung von umweltfreundlichem Verhalten,
- Einführung von Sparprogrammen,
- Unterstützende Zweit-Produkte.

Stärkerer Fokus auf verbraucherbezogene Aspekte wie Vertragsgestaltung, Datenschutz, Gewährleistung etc.

Es wurde angeregt, diese Punkte im Fragebogen und in der Kriterienmatrix zu ergänzen sowie positive und negative Praxisbeispiele als Hintergrundmaterial zur Verfügung zu stellen.

5.3.7 Sonstiges

Hinweis Bewerbungsbogen und Kriterienmatrix

Hier wurde empfohlen, noch stärker als bisher darauf zu verweisen, dass die Kriterienmatrix offen interpretiert werden kann und dass die Produkte/Dienstleistungen im Vergleich zu anderen Produkten/Dienstleistungen oder dem Status Quo dargestellt werden sollten. Alle Fragen und Kriterien sollten dabei produktspezifisch interpretiert werden. Quellen wie Vergabebedingungen für das Umweltzeichen Blauer Engel oder Testberichte von Stiftung Warentest könnten zum Vergleich angeführt werden, da sich dort typische Kriterien für mehrere Hundert Produktgruppen finden.

Hinweis Hintergrundmaterialien

Für ausgewählte Aspekte wurde vorgeschlagen, im Internet Hintergrundmaterialien zur Verfügung zu stellen, beispielsweise zu produktimmanenten Lösungen für umweltfreundliches Verbraucherverhalten.

6 Änderungen beim Wettbewerbsverfahren, den Kategorien und Kriterien

Neben der Evaluierung der Bewerbungsmodalitäten und Kriterien, die in Kooperation mit dem Öko-Institut erfolgte, wurde der Wettbewerb auch in weiteren Punkten einer Prüfung und Evaluierung unterzogen (Wettbewerbsverfahren, Zusammensetzung des Expertengremiums und der Jury, Bewertungsprozedere usw., wie weiter unten dargestellt). Folgende Vorschläge wurden erarbeitet und am 23. November 2013 mit den Auftraggebern und dem Projektbeirat diskutiert. Im Wesentlichen ergab die Diskussion, dass sich das Wettbewerbsverfahren in den meisten Punkten bewährt hat, nur an wenigen Stellen wurden Anpassungen oder Änderungen beschlossen:

1. Wettbewerbsverfahren:

- Beibehalten des dreistufigen Verfahrens: formale Prüfung der Einreichungen durch das IDZ, Expertenbewertung und Vorauswahl durch das UBA und den Projektbeirat, Jurysitzung.
- Anmeldung weiterhin über eine Online-Maske, da dies die ökologischste Variante ist und die Abläufe wesentlich erleichtert.
- Anpassung und weitere Optimierung der Website, um das Verfahren noch einfacher und weniger fehleranfällig zu machen. Die zusätzliche Option des PDF-Anmeldeformulars hat sich bewährt, sollte von vornherein angeboten werden.
- Rückmeldungen von Seiten der Experten und der Jury zum Online-Bewertungstool: vorwiegend positiv, Beibehalten des Online-Bewertungsverfahrens, Optimierung der Software, sodass das Laden der Seiten schneller erfolgt.

2. Zusammensetzung des Expertengremiums für die Vorauswahl:

Hier wurde festgestellt, dass die Bewertung viel Zeit in Anspruch nimmt und zu klären ist, wie in Zukunft damit verfahren wird: Sind die Beiratsmitglieder und die Fachleute aus dem UBA, die die Bewertung vorgenommen haben, weiterhin dazu bereit, ihre Expertise zur Verfügung zu stellen? Auf Seiten des Beirats gab es dazu eine positive Rückmeldung und auch innerhalb des UBA wird das Projekt weiterhin unterstützt, sodass auch 2013 und 2014 eine fundierte Bewertung gesichert werden konnte.

3. Bewertungsprozedere:

- Beibehaltung des Prozederes: Möglichkeit zur Kommentierung, Ankreuzen ja/nein/unsicher.
- Neues Feld „Zusatzinfos einholen“ einfügen, da häufig Fälle auftraten, wo zur Bewertung noch weitere Informationen gebraucht wurden und diese dann umständlich im Nachhinein über E-Mail angefragt werden mussten.
- Die Kommentare der anderen Bewerter/-innen sollten weiterhin gesehen werden, da es für die Designbewertung interessant und hilfreich ist, zu sehen, wie die Umweltbewertung ausgefallen ist. Das Problem der Beeinflussung wurde als nicht gravierend betrachtet.

4. Jury und Jurysitzung:

- Die Zusammensetzung der Jury mit Designerinnen, Designern und Umweltfachleuten wurde als sinnvoll betrachtet, eine Ergänzung aus der Architektur wurde empfohlen. Da 2012 ein Modellprojekt aus der Architektur (das Velux LichtAktiv Haus) ausgezeichnet wurde, war hier mit einer Signalwirkung und damit mehr Einreichungen zu rechnen. Zusätzlich wurde durch den Beirat angeregt, auch eine Expertin oder einen Experten aus dem Kommunikationsdesign hinzuzuziehen.

- Der Ort für die Jurysitzung (der ehemalige Flughafen Tempelhof in Berlin) wurde von allen Beteiligten als sehr gut geeignet empfunden, es wurde beschlossen, die Sitzung 2013 wieder in denselben Räumen stattfinden zu lassen.
 - Optimierung der Abläufe und Logistik (Anlieferung/Abholung bzw. Versand).
 - Trotz Vorauswahl hatte jedes Jurymitglied die Möglichkeit, im Vorfeld alle Bewerbungen zu sichten und sich auch bei der Vorauswahl einzubringen. Allerdings zeigte sich bei der eintägigen Jurysitzung, dass die Vorauswahl zahlenmäßig immer noch zu hoch war, zumal auch drei unterschiedliche Kategorien (Produkt, Konzept, Nachwuchs) zu beachten waren. Hier wurde durch die Jurymitglieder empfohlen, eine zahlenmäßig eingeschränktere Vorauswahl (Shortlist) zu treffen.
5. Teilnahmegebühren:
- Höhe der Gebühr und Staffelung nach Unternehmensgröße sollte beibehalten werden, evtl. sollte für Gründer/Startups noch eine weitere Stufe mit einer niedrigeren Gebühr hinzugefügt werden. Studierende sollten weiterhin kostenlos teilnehmen dürfen; Gründer/Berufsanfänger würden dann in der Kategorie „Nachwuchs“ wegfallen.
 - Ggf. Erhöhung der Gebühr für große Unternehmen (1.000,00 Euro anstatt 750,00 Euro).
6. Nominierungen und Preise:
- Festlegung einer maximalen Anzahl (15 Preisträger).
7. Kategorien und Kriterien:
- Kategorie Konzept: wurde manchmal missverstanden, hier sollte klarer kommuniziert werden, was genau unter Konzept verstanden wird (Modellprojekte, Konzeptstudien, Forschungsprojekte).
 - Kategorie Produkt: Es wurde ausführlich darüber diskutiert, ob eine neue und detailliertere Einteilung in Unterkategorien erfolgen sollte, um eine bessere Vergleichbarkeit und Bewertung zu ermöglichen (z. B. Möbel, Beleuchtung, Mobilität, Textilien/Mode, Architektur/Bau/Wand/Boden, Elektrogeräte/Weiße Ware/Werkzeuge, Verpackung, Experimentelles Design, Produkte für Kinder, Investitionsgüter, Dienstleistungen). Die Entscheidung fiel dagegen aus, da offene Kategorien weniger ausschließend wirken als Kategorien, die entlang bestimmter Produktgruppen formuliert werden. Jedoch wurde beschlossen, die Einteilung in verschiedene Unterkategorien im Bewerbungsbogen und dem Online-Anmeldetool vorzunehmen, sodass es intern möglich wird, die Einreichungen entsprechend zu gruppieren.
 - Anpassung und Erweiterung der Kriterienmatrix und des Bewerbungsbogens, auf Basis der Ergebnisse der Evaluierung durch das Öko-Institut (siehe Kapitel 5 des Berichtes). Es wurde als wichtig erachtet, die Kriterienmatrix auch im neuen Wettbewerb eher als Hintergrundinformation für die Teilnehmer/-innen und für die Bewertung (Vorauswahl und Jurysitzung) zu sehen, nicht als Liste zum Abhaken.

7 Die Wettbewerbsergebnisse 2012 und 2013 im Vergleich: Einreichungen, Nominierte und Preisträger

In den Jahren 2012 und 2013 wurden 492 Projekte beim Bundespreis Ecodesign eingereicht, wobei die Zahl bei der ersten Auslobung höher lag (301). Die Erwartungen, die an die Auslobung des Wettbewerbs gestellt wurden, sind damit weit übertroffen worden. Zum einen konnte in den ersten beiden Jahren seines Bestehens noch nicht von einem hohen Bekanntheitsgrad ausgegangen werden. Zum anderen sind die Anforderungen und damit auch die Hürden für eine Teilnahme wesentlich höher als bei anderen Designwettbewerben.

Die hohe Resonanz auf den Bundespreis Ecodesign in der Designwelt (vor allem auch bei den Hochschulen und den Nachwuchsdesignerinnen und -designern) aber auch bei den Unternehmen zeigt, dass es ein großes Interesse an dem Thema gibt und gleichzeitig die Bereitschaft, sich den Qualitätsansprüchen eines Bundespreises zu stellen.

Tabelle 1: Einreichungen 2012 und 2013

| Einreichungen | 2012 | 2013 |
|------------------|----------------------|------|
| gesamt | 301 | 191 |
| Produkt | 87 | 59 |
| Service | nicht ausgeschrieben | 13 |
| Konzept | 23 | 10 |
| Nachwuchs | 191 | 109 |

Tabelle 2: Zur Jurysitzung zugelassene Einreichungen (bei bestandener Vorauswahl)

| Zugelassen zur Jurysitzung | 2012 | 2013 |
|----------------------------|----------------------|------|
| gesamt | 140 | 132 |
| Produkt | 59 | 46 |
| Service | nicht ausgeschrieben | 9 |
| Konzept | 14 | 7 |
| Nachwuchs | 67 | 70 |

Tabelle 3: Nominierte 2012 und 2013

| Nominierte | 2012 | 2013 |
|------------------|----------------------|------|
| gesamt | 51 | 31 |
| Produkt | 22 | 17 |
| Service | nicht ausgeschrieben | 3 |
| Konzept | 8 | 1 |
| Nachwuchs | 21 | 10 |

Tabelle 4: Preisträger 2012 und 2013

| Preisträger | 2012 | 2013 |
|------------------|----------------------|------|
| gesamt | 11 + 3 Anerkennungen | 12 |
| Produkt | 8 | 7 |
| Service | nicht ausgeschrieben | 1 |
| Konzept | 2 | 1 |
| Nachwuchs | 1 + 3 Anerkennungen | 3 |

Insgesamt 51 Nominierte und 14 Preisträger (8 Produkte, 2 Konzepte, 1 Nachwuchspreis und 3 weitere Anerkennungen in der Kategorie Nachwuchs) im Jahr 2012 und 31 Nominierte und 12 Preisträger (7 Produkte, 1 Dienstleistung, 1 Konzept und 3 Nachwuchspreise) beim Wettbewerb 2013 sind eine beachtliche Zahl, die zeigt, dass nicht nur das Interesse am Thema Ecodesign sondern auch die Qualität der Arbeiten hoch ist.

Die Einreichungen bildeten ein breites Produktspektrum ab, verschiedenste Branchen und Design-Sparten waren vertreten (Produktgestaltung, Kommunikationsdesign, Corporate Design, Interfacegestaltung, Verpackungsdesign, Service Design u. a.). Die Bandbreite ökologischen Designs als Gestaltungsansatz wurde dadurch noch einmal deutlich.

In der Kategorie „Nachwuchs“ waren Studierende, Absolventinnen und Absolventen zahlreicher Hochschulen aus dem gesamten Bundesgebiet vertreten. Hier war mit insgesamt 191 im Jahr 2012 und 109 im Jahr 2013 die größte Zahl der Einreichungen zu verzeichnen – wobei sich die geringere Zahl beim zweiten Wettbewerb dadurch erklären lässt, dass bei der ersten Auslobung viele Diplome oder ältere Arbeiten eingereicht wurden, beim zweiten Wettbewerb in der Mehrzahl aktuelle Arbeiten. Aus der großen Zahl der Einreichungen kann geschlossen werden, dass gerade beim Nachwuchs das Interesse und Potential besonders hoch ist. Jedoch ging auch die Schere bei der Qualität der Einreichungen in der Kategorie „Nachwuchs“ sehr weit auseinander. Beim Wettbewerb 2012 haben nur 67 von 191 die Vorauswahl bestanden und wurden zur Jurysitzung zugelassen, 2013 waren es insgesamt 70 von 109 – während in der Kategorie Produkt 59 von 87 Einreichungen im Jahr 2012 und 46 von 59 Einreichungen im Jahr 2013 diese Hürde genommen haben. In der Kategorie Konzept waren es 14 von insgesamt 23 Einreichungen im Jahr 2012 und 7 von insgesamt 10 Einreichungen im Jahr 2013. In der 2013 neu ausgelobten Wettbewerbskategorie Service war das Verhältnis ähnlich, 9 von 13 Einreichungen haben die Vorauswahl bestanden.

Die Nominierten und insbesondere die Preisträger des Bundespreises Ecodesign bieten als Best-Practice-Beispiele Orientierung für Designerinnen und Designer, für Produzenten aber auch für Verbraucherinnen und Verbraucher. Sie verdeutlichen, dass gutes, ästhetisch ansprechendes Design und Umweltverträglichkeit längst keinen Widerspruch mehr darstellen und verhelfen dem ökologischen Design so zu mehr Akzeptanz.

Im Folgenden werden die in den jeweiligen Wettbewerbskategorien ausgezeichneten Projekte sowie die Mitglieder des Beirates und der Jury kurz vorgestellt.

In der Kategorie „Produkt“

Preisträger 2012

Beim Bundespreis Ecodesign 2012 konnten in der Kategorie Produkt sowohl Sachgüter (materiell) als auch Dienstleistungen, die ein Produkt substituieren (immateriell) oder Produkt-Dienstleistungssysteme eingereicht werden. Auch Beiträge aus dem Textil- und Modedesign fielen in diese Kategorie.

Insgesamt waren 22 Einreichungen in der Kategorie „Produkt“ nominiert, davon wurden die folgenden acht Projekte mit dem Bundespreis Ecodesign 2012 ausgezeichnet (ausführliche Darstellung der Preisträger im Anhang S. 72 ff):

- Der Trockensauger „T 12/1 eco!efficiency“ der Firma Alfred Kärcher GmbH & Co. KG,
- das Veränderungsatelier „Bis es mir vom Leibe fällt“,
- das firetube Ofensystem der Firetube GmbH,
- die Internetplattform „Nachbarschaftsauto“ der Nachbarschaftsauto PCS GmbH,
- der Hybrid-Gabelstapler „RX 70 Hybrid mit Blue-Q“ der STILL GmbH,
- der Bürostuhl „ON“ der Wilkhahn Wilkening + Hahne GmbH & Co.KG,
- das Dezentrale Pumpensystem „Wilo-GeniAx“ der Firma WILO SE,
- das Wärmedämm-Verbundsystem „weber.therm A 200 mit weber.pas AquaBalance Oberputzen“ der Saint-Gobain Weber GmbH.

Preisträger 2013

Beim Wettbewerb 2013 gab es, wie bereits dargelegt, eine Änderung bei den Kategorien. Die Wettbewerbskategorie „Service“ wurde neu eingerichtet. Dies erforderte eine Anpassung der Zulassungsbedingungen für die Kategorie „Produkt“. Eingereicht werden konnten beim Wettbewerb 2013 Produkte, die auf dem deutschen Markt erhältlich sind sowie Prototypen mit Marktreife. Es erfolgte dabei bewusst keine Einteilung nach Produktgruppen, Branchen oder Designsparten.

Nominiert wurden durch die Jury insgesamt 17 Produkte, davon wurden die folgenden sieben Produkte mit dem Bundespreis Ecodesign 2013 ausgezeichnet (ausführliche Darstellung der Preisträger im Anhang S. 80 ff):

- der „bionic fire“ Ofen der Attika Feuer AG,
- der Hammerbohrer „Hilti TE-YX“ der Hilti AG,
- das System für nachhaltigen Städtebau „LifeCycle Tower“ der Cree GmbH,
- die Metro-Plattform „Inspiro“ der Siemens AG,
- die Outdoorbekleidung „PYUA – Ecorrect Outerwear“ der Firma Sportsman's Delight,
- die handgefertigten Upcycling Teppiche „Second Life Rugs“ der Designerin Ute Ketelhake,
- der Elektroantrieb ZAwheel der Firma Ziehl-Abegg SE.

In der Kategorie „Service“ (neue Wettbewerbskategorie 2013)

Preisträger 2013

Die Wettbewerbskategorie „Service“ wurde, nach Rücksprache mit den Auftraggebern und dem Projektbeirat, 2013 neu ausgelobt. Eingereicht werden konnten in dieser Kategorie Dienstleistungen und Systemlösungen. Diese sollten einen erkennbaren Beitrag zur Umweltentlastung leisten, die zugrunde liegenden Prozesse sollten zugänglich und nutzerfreundlich gestaltet sein.

Insgesamt wurden drei Projekte nominiert, der Solarkiosk der GRAFT Gesellschaft von Architekten mbH konnte die Jury überzeugen und wurde mit dem Bundespreis Ecodesign 2013 ausgezeichnet (ausführliche Darstellung des Solarkiosks im Anhang S. 90).

In der Kategorie „Konzept“

Preisträger 2012

In der Kategorie „Konzept“ konnten beim Wettbewerb 2012 Konzeptstudien, Modellprojekte und Prototypen eingereicht werden. Die Prototypen sollten bereits Marktreife haben und ihre Einführung auf dem deutschen Markt in absehbarer Zeit erfolgen. Bei den konzeptionellen Arbeiten musste eine realistische Durchführbarkeit des Projektes erkennbar sein.

Nominiert waren insgesamt acht Konzepte. Die beiden folgenden Projekte konnten die Jury überzeugen und wurden mit dem Bundespreis Ecodesign 2012 ausgezeichnet (ausführliche Darstellung der Preisträger im Anhang S. 87 f):

- das Pedelec „COBOC – Muscle Synchronized eCycles“ der Firma COBOC eCycles,
- das „Velux LichtAktiv Haus“ der VELUX Deutschland GmbH.

Preisträger 2013

Die Wettbewerbskategorie „Konzept“ wurde auch 2013 beibehalten. Es konnten, wie bereits 2012, zukunftsweisende Konzepte, Studien und Modellprojekte eingereicht werden. Die Arbeiten sollten sowohl aus Design- als auch aus Umweltsicht einen hohen Innovationsgrad aufweisen und realisierbar sein. Das Projekt „Revolver – Personal Wind Turbine“ der frog design Europe GmbH wurde mit dem Bundespreis Ecodesign 2013 ausgezeichnet (ausführliche Darstellung der Windturbine im Anhang S. 89).

In der Kategorie „Nachwuchs“

Preisträger 2012

In der Kategorie „Nachwuchs“ konnten sich beim Wettbewerb 2012 Studierende an deutschen Designhochschulen und junge Gestalterinnen und Gestalter, deren Studienabschluss nicht länger als drei Jahre zurücklag, mit Produkten oder konzeptionellen Arbeiten bewerben. Die Kategorie „Nachwuchs“ ist als Querschnittskategorie zu verstehen, es konnten Projekte aus sämtlichen Designsparten eingereicht werden.

Insgesamt 21 Nachwuchsarbeiten waren nominiert. Das Konzept zum Stromsparen im Internet „.eco“ der Designer Christian Ehni, Timo J. Schillings von der Dualen Hochschule Baden-Württemberg Ravensburg wurde mit dem Bundespreis Ecodesign 2012 ausgezeichnet.

Die folgenden drei weiteren Projekte erhielten eine Anerkennung (ausführliche Darstellung der ausgezeichneten Projekte im Anhang S. 91 ff):

- das Konzept „best before ... Visualisierung der Mindesthaltbarkeit“ (Anerkennung) von Dane Smith-Horn, Viola Wengler und Vasiliki Corakas, Hochschule für Gestaltung Offenbach,
- der Pfandring (Anerkennung) von Paul Ketz, ecosign/Akademie für Gestaltung,
- der Pullover Juri und Walentina (Anerkennung) von Valentin Schmitt und Lars Nüthen (recyclist_workshop), Bauhaus Universität Weimar.

Preisträger 2013

Da es 2012 auch Nachfragen von Studierenden aus anderen europäischen Ländern gab, wurde die Einschränkung, dass die Teilnehmer/-innen in der Kategorie „Nachwuchs“ an einer Designhochschule in Deutschland studieren oder hier ihren Abschluss gemacht haben sollten, aufgehoben. Beim Wettbewerb 2013 konnten sich Studierende sowie Absolventinnen und Absolventen unabhängig von ihrem Studienort bewerben. Der Studienabschluss sollte nicht länger als drei Jahre zurückliegen (Stichtag war der Ausschreibungsbeginn am 14. Januar 2013).

In der Wettbewerbskategorie „Nachwuchs“ wurden 2013 die folgenden drei Projekte mit dem Bundespreis Ecodesign 2013 ausgezeichnet, zehn waren nominiert (ausführliche Darstellung der Preisträger im Anhang S. 95 ff):

- das analoges Sharing System „Pumpipumpe“ vom METEOR Collectif (Sabine Hirsig, Ivan Mele und Lisa Ochsenbein),
- das Entwurfsprogramm „Integrated Urban Morphologies“ von Florian Krampe und Christopher Voss von der Universität Stuttgart,
- die Cradle-to-Cradle Kollektion „Startklar“ von Esther Bättschmann von der ESMOD BERLIN Internationale Kunsthochschule für Mode.

8 Jury

Die Jury des Bundespreises Ecodesign setzt sich aus Experten aus den Bereichen Umwelt und Design sowie Vertretern aus der Politik zusammen. Der Bundespreis Ecodesign ist damit der einzige Designpreis, bei dem auch Umweltexperten über die Gewinner entscheiden.⁸

Jurymitglieder im Jahr **2012** waren:

- Werner Aisslinger (Designer mit dem Schwerpunkt Produktdesign und Architektur)
- Prof. Günter Horntrich (Professor für Design und Ökologie an der Köln International School of Design)
- Nicola Stattmann (Designerin mit dem Schwerpunkt Materialien)
- Dr. Kirsten Brodde (Journalistin und Autorin mit dem Schwerpunkt Grüne Mode)
- Dr. Rainer Griebhammer (Mitglied der Geschäftsführung des Öko-Instituts)
- Ursula Heinen-Esser (Parlamentarische Staatssekretärin im Bundesministerium Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit)
- Jochen Flasbarth (Präsident des Umweltbundesamtes)

Zum Vorsitzenden der Jury wurde Prof. Günter Horntrich gewählt.

Die Jury des Bundespreises Ecodesign **2013** wurde um einen Experten aus dem Bereich Kommunikationsdesign, Prof. Dr. h.c. Erik Spiekermann (Designer, Typograf und Autor) ergänzt.

2014 wurden zusätzlich Theresa Keilhacker (Architektin mit Schwerpunkt auf nachhaltigem Planen und Bauen in Urban Design und Architektur) sowie Dr. Dietlinde Quack (Leiterin der Gruppe Konsum im Bereich Produkte und Stoffströme und der Verbraucher-Informationenkampagne EcoTopTen.de am Öko-Institut) in die Jury berufen. Nicola Stattmann und Dr. Rainer Griebhammer sind nicht mehr in der Jury vertreten. Von Seiten der Auslober BMUB und UBA sind Rita Schwarzelühr-Sutter, Parlamentarische Staatssekretärin im Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit sowie Dr. Thomas Holzmann, Vizepräsident des Umweltbundesamtes der Jury beigetreten.

⁸ Weitere Informationen zu den Jurymitgliedern unter: www.bundespreis-ecodesign.de/de/wettbewerb/2014/jury

9 Beirat

Zur fachlichen Begleitung und Unterstützung bei der Konzeption und Durchführung des Wettbewerbs wurde 2012 ein Beirat gebildet, in dem Institutionen aus den Bereichen Forschung und Bildung sowie verschiedene Interessensverbände vertreten sind. Mitglieder des Beirates sind die folgenden Institutionen, Hochschulen und Verbände:

- Allianz deutscher Designer (AGD),
vertreten durch Dorothea Hess, Sprecherin der Arbeitsgruppe Sustainable Design;
- Deutsche Gesellschaft für Designtheorie und -forschung (DGTF),
vertreten durch Prof. Matthias Held, Vorstandsmitglied der DGTF und Professor für Dreidimensionale Grundlagen der Gestaltung an der Hochschule für Gestaltung Schwäbisch Gmünd und Sabine Lenk, Produktdesignerin und ehem. Leiterin des Design Center Stuttgart;
- BMW Group DesignworksUSA,
vertreten durch Anne Farken, Senior Consultant Sustainability Design;
- ecosign/Akademie für Gestaltung,
vertreten durch die Direktorin Prof. Karin-Simone Fuhs;
- ESMOD Berlin,
vertreten durch Prof. Friederike von Wedel-Parlow, Leiterin des Internationalen Masterprogramms SUSTAINABILITY IN FASHION;
- Fraunhofer-Institut für Umwelt-, Sicherheits- und Energietechnik UMSICHT,
vertreten durch Hendrik Roch (Geschäftsfeld Nachwachsende Rohstoffe) und Dr. Stephan Kabasci (Abteilungsleiter Biobasierte Kunststoffe);
- Handelsverband Deutschland HDE Der Einzelhandel e.V.,
vertreten durch Stephan Rabl, Referent Umweltpolitik;
- Kunsthochschule Berlin-Weißensee (KHB),
vertreten durch die Gründerinnen des Green Labs an der KHB, Prof. Dr. Zane Berzina (Textil- und Flächendesign), Prof. Heike Selmer (Modedesign) und Prof. Susanne Schwarz-Raacke (Produktdesign);
- Markenverband,
vertreten durch Dr. Dominik Klepper, Leiter Wirtschaftspolitik, Umwelt, Nachhaltigkeit;
- Rat für Formgebung,
vertreten durch den Geschäftsführer Lutz Dietzold;
- Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv),
vertreten durch Johanna Kardel, Referentin Energieeffiziente Produkte.

10 Medienresonanz

Die bestehenden Medienpartnerschaften aus dem Jahr 2012 wurden auch 2013 weitergeführt. Als neuer Medienpartner konnte das Magazin für Design und Nachhaltigkeit Pure gewonnen werden. Die Verträge wurden erneuert und für die Jahre 2013 und 2014 verlängert. Nur das Internetportal Utopia war an der Fortsetzung der Medienpartnerschaft nicht interessiert.

Medienpartner des Bundespreises Ecodesign 2013 waren: das Wirtschaftsmagazin brand eins, die Designzeitschriften design report und form sowie das Design- und Lifestylemagazin H.O.M.E., die Zeitschrift Pure und die Internetportale stylepark und utopia. Medienpartner des Bundespreises Ecodesign 2014 sind: das Wirtschaftsmagazin brand eins, die Designzeitschriften design report und form sowie das Design- und Lifestylemagazin H.O.M.E., die Zeitschrift Pure und das Internetportal stylepark.

Für die Medienpartnerschaften 2015 ist angedacht, weitere Kooperationen mit Medien aus dem Bereich Nachhaltigkeit und/oder Wirtschaft einzugehen. Dies könnten beispielsweise das Wirtschaftsmagazin enorm oder das Magazin forum Nachhaltig Wirtschaften sein.

Bei der Bewerbung des Preises haben die Medienpartner das Projekt im Rahmen ihrer Möglichkeiten mit der Schaltung kostenloser Anzeigen oder Werbebanner unterstützt.

Tabelle 5: Leistungen der Medienpartner

| Medienpartner | Leistung | Größe | Medium | Ausgabe (Erscheinungsdatum) | Wert |
|---------------|-------------------|-------------------------|---------|------------------------------|-------------|
| brand eins | Anzeige | 1/1 voll (212 x 280 mm) | Magazin | 3/2013 (3. März 2013) | 14.600,00 € |
| brand eins | Anzeige | 1/2 quer (189 x 122 mm) | Magazin | 2/2014 (31. Jan. 2014) | 2.528,75 € |
| designreport | Anzeige | 1/1 hoch (188 x 270 mm) | Magazin | 1/2014 (3. Febr. 2014) | 5.400,00 € |
| form | Anzeige | 1/1 (230 x 298 mm) | Magazin | No. 245 (Jan. Febr. 2013) | 4.980,00 € |
| form | Anzeige | 1/1 (230 x 298 mm) | Magazin | No. 252 (12. Febr. 2014) | 4.980,00 € |
| H.O.M.E. | Anzeige | 1/3 (60 x 272 mm) | Magazin | 6/2013 (Juni/Juli 2013) | 5.680,00 € |
| H.O.M.E. | Anzeige | 1/3 (60 x 272 mm) | Magazin | 2/2014 (6. Febr. 2014) | 5.680,00 € |
| stylepark | Banner | 160 x 600 px | Online | 14. März - 15. April 2013 | 2.800,00 € |
| stylepark | Newsletter-Banner | 727 x 200 px | E-Mail | KW 10 2014 (3.-7. März 2014) | 2.100,00 € |

Des Weiteren veröffentlichten einige Medienpartner auch redaktionelle Beiträge zum Wettbewerb.

Tabelle 6: Redaktionelle Beiträge

| Medienpartner | Leistung | Anlass | Medium | Ausgabe (Erscheinungsdatum) |
|---------------|---------------|-----------------|---------|-----------------------------|
| designreport | Artikel | Preisverleihung | Online | 09.12.2013 |
| designreport | Artikel | Ausschreibung | Online | 21.02.2013 |
| designreport | Artikel | Ausschreibung | Online | 07.03.2014 |
| form | Artikel | Preisverleihung | Online | 12.11.2013 |
| pure | Artikel | Wettbewerb | Magazin | 02/14 Apr - Jun 2014 |
| utopia | Bildergalerie | Preisverleihung | Online | 18.11.2013 |

Wie auch beim Bundespreis Ecodesign 2012 wurden im Verlauf des Wettbewerbsverfahrens von BMUB/UBA und IDZ Pressemitteilungen verschickt: zur Ausschreibung des Wettbewerbs im Januar 2013, unmittelbar nach der Jurysitzung im Oktober und der Preisverleihung im November 2013. Die Medienresonanz zum Bundespreis Ecodesign war mit rund 82 Veröffentlichungen in Print- und Online-Medien sehr gut. Ein leichter Rücklauf der Pressepräsenz und Berichterstattung wurde bei der Preisverleihung festgestellt. Dies kann jedoch darauf zurückzuführen sein, dass bei der Preisverleihung im Jahr 2012 der Bundesumweltminister Peter Altmaier persönlich die Preise übergeben hat, während er 2013 durch die Parlamentarische Staatssekretärin im BMUB, Ursula Heinen-Esser vertreten wurde. Hinzu kommt, dass die erstmalige Auslobung eines neuen Designpreises für die Presse interessanter ist als eine bereits etablierte Veranstaltung. Dennoch waren die Presseresonanz zur Preisverleihung und die Berichterstattung über die Preisträger und Nominierten insgesamt positiv. Die Ausschreibung zum Bundespreis Ecodesign 2014 wurde mit rund 30 Veröffentlichungen ebenfalls gut in den Medien kommuniziert.

11 Schlussfolgerungen für die Weiterführung des Preises

11.1 Zusammenfassung

Der Bundespreis Ecodesign wurde als Instrument zur Förderung ökologischer Produktinnovationen und zur Verbreitung von Ökodesign als Gestaltungsprinzip entwickelt. Umweltgerechte Gestaltung ist ein Schlüssel zu einer nachhaltigen Gesellschaft und ökologisches Design ist mit Blick auf eine zukunftsorientierte integrierte Produkt- und Verbraucherpolitik unerlässlich. Design ist nicht nur als ästhetisches Merkmal zu begreifen. Design trägt Verantwortung in sozialen, ökologischen und ökonomischen Fragen und funktioniert als Schnittstellendisziplin innerhalb dieser Bereiche. Mit dem Bundespreis Ecodesign ist ein Instrument geschaffen worden, um die gesellschaftlichen Aufgaben des Designs zu fördern. Die unterschiedlichen Slogans, unter denen der Wettbewerb ausgelobt worden ist, wollen dies zum Ausdruck bringen.

Unter dem plakativen Motto „Design kann die Welt nicht retten. Oder doch?“ startete der Bundespreis Ecodesign im Jahr 2012. Der Preis appellierte an die gesellschaftlichen Aufgaben, die Design übernehmen sollte und an die Verantwortung, die jeder Designer und jedes Unternehmen für die Umwelt übernehmen kann. Die Welt retten kann Design sicher nicht, aber dass gute Gestaltung einen Beitrag dazu leisten kann, bewiesen die Preisträger und Nominierten des Bundespreises.

2013 wurde der Preis unter dem Motto „Grün färben reicht nicht“ erneut ausgeschrieben. Der Slogan setzte ein klares Zeichen gegen das in der Werbewelt und Unternehmenskommunikation leider weit verbreitete Greenwashing. Die Preisträger und Nominierten räumten mit dem Vorurteil, im Design gehe es nur um schöne Oberflächengestaltung, auf. Unternehmen, die sich nur ein grünes Image verleihen wollen, haben beim Bundespreis Ecodesign mit seinem kritischen und strengen Bewertungsverfahren keine Chance.

Der Bundespreis Ecodesign will gezielt Innovationen auf dem Gebiet des Ökodesigns fördern. Das Motto des dritten Bundespreises Ecodesign lautete 2014 daher „Grüne Innovation kommt weiter“. Innovationen beziehen sich hier nicht nur auf neue nachhaltige Materialien oder andere produktbezogene Kriterien. Auch der Designbegriff als solcher hat sich in den letzten Jahren gewandelt. Immer stärker rückt gerade in der ökologischen Diskussion der Begriff des Service Designs in den Fokus der Gestalter/-innen. 2013 ist deshalb die neue Wettbewerbskategorie „Service“ eingeführt worden. Hier können Dienstleistungen und Systemlösungen eingereicht werden.

In der Kategorie „Service“ gab es 2013 mit dem Projekt Solarkiosk einen Preisträger (siehe Anhang S. 90). Nominiert wurden außerdem noch ein Take-Back-System für Schuhe und Bekleidung sowie die Online-Plattform „Zeit statt Zeug“⁹, auf der anstelle von dinglichen Geschenken gemeinsame Zeit verschenkt werden kann. Die Einreichungen in dieser Kategorie waren mit insgesamt 13 nicht so hoch wie beispielsweise in der klassischen Kategorie „Produkt“ mit 59 Einreichungen. Die Disziplin des Service Designs ist vergleichsweise jung und wenig verbreitet. Designbüros beschäftigen sich hauptsächlich noch mit der dinglichen Gestaltung. Produkte durch Dienstleistungen zu ergänzen oder wenn möglich zu ersetzen, gilt jedoch als eine zukunftsweisende Strategie im Bereich der nachhaltigen Entwicklung. Trends wie „Nutzen statt Besitzen“ werden immer wichtiger und das Arbeitsfeld des Designers wandelt sich. Deshalb ist es besonders wichtig, Projekte aus dem Bereich des Service Designs zu fördern und die nicht-

⁹ www.zeit-statt-zeug.de

materielle Gestaltung von Systemen und Dienstleistungen in den Fokus der Gestalter/-innen und letztendlich der Öffentlichkeit zu rücken.

11.2 Schlussfolgerungen

Der Bundespreis Ecodesign hat sich als glaubwürdiger und transparenter Wettbewerb etabliert und fungiert als richtungsweisendes Merkmal für Wirtschaft und Verbraucher/-innen. Die zahlreichen und qualitativ hochwertigen Einreichungen sowie die positive Resonanz aus der Fachöffentlichkeit beweisen, dass das Wettbewerbskonzept zukunftsweisend ist und dazu beiträgt, die Idee des ökologischen Designs in vielen Produktbereichen und Unternehmen zu etablieren. Der Preis trägt somit zur Verbesserung des Produktangebotes und zur Förderung der Nachhaltigkeit in Produktion und Konsum bei.

Einige Unternehmen und Designer/-innen haben sich 2012, 2013 und 2014 wiederholt beworben, darunter auch in ihrer Branche führende Unternehmen wie beispielsweise die Hilti AG, die Firma Kärcher oder der Möbelhersteller Brühl. Dies zeigt, dass sie Wert auf ökologische Kriterien legen und diese fest in ihrer Unternehmenstruktur verankert haben. Es beweist auch, dass sie den Bundespreis Ecodesign als geeignetes Instrument ansehen, sich mit dem Thema Ecodesign auf dem Markt zu positionieren und die Auszeichnung als Prestige- und Marketinginstrument zu nutzen. Preisträger bestätigten, dass der Preis als Ansporn in der Branche funktioniert, Produkte besser und grüner zu machen. Besonders die Preisträger von Start-Up-Unternehmen und aus der Kategorie „Nachwuchs“ berichteten, dass ihnen die Auszeichnung bei der Vermarktung ihrer Produkte geholfen habe. Gleichzeitig wurde angemerkt, dass es für Nachwuchsdesigner/-innen zusätzlich (oder anstelle des Preisgeldes) hilfreich wäre, eine Unterstützung durch Business Angels zu erhalten.

Die öffentliche Wirksamkeit des Bundespreises wird auch durch die Presseresonanz verdeutlicht. Öffentlichkeitsarbeit und Präsenz der Medienpartner trugen wesentlich dazu bei, den Bekanntheitsgrad des Wettbewerbes zu erhöhen und ihm einen angesehenen Platz im Feld der Designwettbewerbe zu verschaffen, bzw. sein Alleinstellungsmerkmal als einziger Preis für ökologisches Design zu kommunizieren.

Auch die Online-Ausstellung der Nominierten und Preisträger auf der Internetseite und die Wanderausstellung verhalfen dem Preis zu einer größeren Resonanz in der Öffentlichkeit. Die öffentliche Präsentation der ausgezeichneten Projekte bedeutet einen erheblichen Mehrwert für die Teilnehmer/-innen.

Empfehlungen zur Weiterführung

Für die erfolgreiche Weiterführung des Bundespreises Ecodesign sollen die folgenden Abläufe noch optimiert werden:

Bewerbung/Akquise

Für die zukünftigen Wettbewerbsdurchführungen wird weiterhin eine intensive Akquise insbesondere für den Bereich des Service Designs angestrebt. Hier muss zum Teil auch noch Aufklärungsarbeit geleistet werden, da die Konzeption und Gestaltung von Dienstleistungen, die einen erkennbaren Beitrag zur Umweltentlastung leisten, noch kein Kernthema im Design ist.

Die Akquise-Verteiler werden auch für die anderen Bereiche kontinuierlich erweitert. Aktuelle Veröffentlichungen in Design-Zeitschriften und anderen Publikationen werden ausgewertet, zusätzlich werden auch Messe-Beteiligungen (an Fachmessen) und die Ergebnisse anderer Design- und Umweltpreise ausgewertet.

Die Bewerbung des Preises auf Messen, die im Ausschreibungszeitraum stattfinden, soll verbessert werden. Hierfür sind Messebesuche des Projektteams geplant.

Auch die Telefon-Akquise soll intensiviert werden, da der Rücklauf nach persönlichen Gesprächen mit potentiellen Wettbewerbsteilnehmern erfahrungsgemäß hoch ist.

Unternehmen, deren Teilnahme am Preis als besonders wichtig einzuschätzen ist, da sie eine Vorbildfunktion hinsichtlich umweltverträglicher Produktgestaltung innerhalb ihrer Branche haben, könnten auch in einem offiziellen Schreiben des UBA über den Preis informiert und zur Teilnahme aufgefordert werden. (2013 ist dies im Fall des Unternehmens Vitra erfolgt, jedoch war die Ansprache erst relativ spät, sodass eine Teilnahme evtl. auch aus zeitlichen Gründen nicht mehr erfolgen konnte.)

Um herauszufinden, welche Akquise-Maßnahmen am erfolgversprechendsten sind (E-Mail-Versand, Telefon-Akquise, Flyer-Versand etc.) könnten die Teilnehmer/-innen am Wettbewerb beim Anlegen ihres Profils befragt werden, wie/wodurch sie vom Wettbewerb erfahren haben.

Ausschreibung

Die Ausschreibung wird in den folgenden Jahren nicht wie bisher bereits im Januar erfolgen, sondern erst im Februar. Die Verschiebung ist aufgrund der Zuwendungsbestimmungen erforderlich. (Ein vorzeitiger Maßnahmenbeginn ist nicht zugelassen, so dass die Gestaltung und Produktion von Ausschreibungsunterlagen, Flyern und Plakaten erst ab Projektbeginn im Januar erfolgen kann.) Der Ausschreibungszeitraum soll weiterhin 12 Wochen betragen, diese Frist hat sich bewährt.

Vorbewertung

Die Vorbewertung der Einreichungen könnte in Zukunft nur durch die Fachleute des UBA erfolgen, da eine negative Designbewertung nicht zum Ausschluss aus dem Wettbewerbsverfahren führt (um den Beirat, der diese Tätigkeit ehrenamtlich durchführt, zu entlasten). Jedoch ist eine Designbewertung im Vorfeld sinnvoll, da viele Beiratsmitglieder hier eine zusätzliche Expertise einbringen. Man könnte überlegen, die bewertenden Beiratsmitglieder evtl. durch eine Aufwandsentschädigung und die Erstattung der Reisekosten zur Preisverleihung für diese Arbeit zu honorieren.

Jurysitzung

Da die Mietkosten für die Räume im Flughafen Tempelhof vergleichsweise hoch sind, könnten andere geeignete Orte für die Durchführung der Sitzung gesucht werden, um Kosten zu sparen. Jedoch sind die Räume besonders gut geeignet (sowohl logistisch als auch hinsichtlich ihrer Beschaffenheit). Auch war die Resonanz der Jury auf den besonderen Ort sehr positiv und hat zu der offenen und kommunikativen Stimmung während der Sitzung beigetragen.

Hinsichtlich der Präsentation der Einreichungen bei der Jurysitzung könnten vor allem die Teilnehmer/-innen der Kategorie „Nachwuchs“ darauf hingewiesen werden (z. B. auf dem Merkblatt), dass die Projektbeschreibung kurz und prägnant sein sollte, um der Jury die Arbeit zu erleichtern. Bei den Wettbewerben 2012 und 2013 waren es weit über hundert Einreichungen, die bei der Jurysitzung bewertet werden mussten, deshalb kommt es darauf an, dass der Inhalt der Projekte schnell erfasst werden kann.

Preisverleihung

Bei der Preisverleihung soll die Kommunikation der Gäste mit den Preisträgern und Nominierten verbessert und unterstützt werden (Namensschilder, ggf. Ausstellung mit den prämierten Arbeiten, wenn dies räumlich machbar ist, oder Aufsteller/Points, an denen man beim Get-together mit den Einreichern ins Gespräch kommen kann).

Denkbar wäre, die Preisträger in Verbindung mit der Kriterienmatrix vorzustellen. Häufig wird die Frage gestellt, wie man die sehr unterschiedlichen Einreichungen überhaupt miteinander vergleichen könne. So würde man die Entscheidungen der Jury und das gesamte Bewertungs-prozedere transparenter und verständlicher gestalten. Außerdem könnten so auch mögliche Spannungsfelder vorgestellt werden, um auch den Einreichern ein Feedback zu möglichen noch zu verbessernden Faktoren zu geben (in welchen Feldern hat die Einreichung besonders überzeugt, wo gibt es noch Schwachstellen).

Das BMUB als Veranstaltungsort soll nach Möglichkeit beibehalten werden – gerade für die großen Unternehmen ist dieser Ort attraktiv und steigert die Popularität der Veranstaltung.

Auszeichnungen

Das Bestreben, den Nachwuchs nicht „nur“ durch ein Preisgeld zu würdigen, sondern konkrete Unterstützung bei der Umsetzung und Vermarktung der prämierten Projekte zu bieten, wurde bereits im Zuge des Evaluierungstreffens mit dem Beirat diskutiert. Vorgeschlagen wurde beispielsweise die Kooperation mit verschiedenen Messen und die Vermittlung eines kostenlosen Messestandes. Für die zukünftigen Wettbewerbe wird angestrebt, eine Lösung zu finden, den Nachwuchs noch intensiver zu fördern (beispielsweise durch die Kooperation mit Business Angels).

Auf Unternehmerseite kam im Zuge der Bewerbung des Preises und der Akquise-Gespräche ebenfalls die Frage nach einem Preisgeld auf. Es könnte überlegt werden, unter den Preisträgern aus allen Kategorien einen besonderen Preis zu vergeben, der mit einem Preisgeld dotiert ist. Dieser könnte beispielsweise unter einem jährlich wechselnden, besonderen Themenschwerpunkt vergeben werden oder aber ganz allgemein an das Projekt, das unter allen Preisträgern die Jury am meisten überzeugt hat (Best of the Best). Gerade für kleine und mittelständische sowie Start-Up-Unternehmen könnte die Vergabe eines Preisgeldes ein weiterer Anreiz für eine Teilnahme sein.

Finanzierung

2013 wurde die Teilnahmegebühr für große Unternehmen mit über 200 Beschäftigten von 750,00 Euro auf 1.000,00 Euro erhöht. Dies hat nicht zu weniger Einreichungen geführt. Ziel ist es, in Zukunft die Einnahmen aus Teilnahmegebühren weiter zu steigern, um zusätzliche Ausgaben, die durch die Projektförderung nicht gedeckt sind, zu ermöglichen (z. B. eine Aufwandsentschädigung für den Beirat, weitere Mittel für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und Anzeigenschaltung, ggf. Erhöhung der Nachwuchs-Preisgelder und/oder Preisgeld für einen besonderen Preis).

Da die Teilnahmegebühr für Gründer/Start ups eine Hürde darstellen kann und dadurch die Gefahr besteht, dass gute Einreichungen von der Wettbewerbsteilnahme ausgeschlossen werden, könnte die Kategorie „Nachwuchs“ ausgeweitet werden, sodass neben Studierenden, Absolventinnen und Absolventen (bis 3 Jahre nach dem Studienabschluss) auch Start ups in dieser Kategorie (in der keine Teilnahmegebühren anfallen) ihren Beitrag einreichen können.

Pressearbeit

Eine höhere Presseresonanz bei Publikumszeitschriften sowie in der Tagespresse wird angestrebt, um das Thema auch in der breiten Öffentlichkeit voranzutreiben. Hier bietet sich an, bestimmte Themenschwerpunkte oder Leitthemen aus dem Bereich des Ökodesigns anzubieten. Denkbar wäre auch, ausgewählte Pressevertreter/-innen zu einem Hintergrundgespräch vor der Preisverleihung einzuladen. Eine stärkere Einbindung der Social-Media-Kanäle ist ebenfalls Ziel der zukünftigen Öffentlichkeitsarbeit. Für die Medienpartnerschaften 2015 ist angedacht, weitere Kooperationen mit Medien aus dem Bereich Nachhaltigkeit und/oder Wirtschaft einzugehen. Dies könnten beispielsweise das Wirtschaftsmagazin enorm oder das Magazin forum Nachhaltig Wirtschaften sein.

Eine englische Version der Website wird 2014 erstellt und spätestens zur Ausschreibung 2015 online gehen, um den Preis auch international besser und breiter gestreut zu kommunizieren.

Ausstellung

Aktuell wird ein Antrag für die zukünftige Förderung der Wanderausstellung an die Deutsche Bundesstiftung Umweltschutz erarbeitet. In Zukunft wird angestrebt, verstärkt ein Rahmenprogramm mit Vorträgen, Diskussionen und Workshops an den verschiedenen Ausstellungsorten anzubieten, um – neben der Präsentation guter Beispiele – das Wissen über Prozesse, Technologien, umweltverträgliche Materialien und ökologische Prinzipien weiter zu verbreiten. Das Begleitprogramm soll in Kooperation mit den Veranstaltern vor Ort entwickelt und angeboten werden.

Best-Practice-Plattform

Die im Zuge des Projektes durch das BIS Berliner Institut für Sozialforschung durchgeführte Befragung und Anforderungsanalyse erfasste die Bedürfnisse und Fragen von Designerinnen und Designern zum Thema Ökodesign (vgl. Kapitel 4). Auf Basis dieser Umfrage wurde die Best-Practice-Plattform auf der Internetseite eingerichtet, auf der sich konkrete Arbeitshilfen und Informationen zum Thema Ecodesign finden. Ziel der Plattform ist es, die Verankerung ökologischer Prinzipien in der Designpraxis und den Unternehmensstrategien voranzutreiben. Dieser Bereich soll in Zukunft noch weiter ausgebaut werden, indem beispielsweise auch die im Zuge des UFOPLAN-Vorhabens FKZ 3712 95 303 „Verankerung von ökologischen Aspekten in der Designausbildung“ entwickelten Lehrmaterialien zum Thema Ecodesign dort veröffentlicht werden. Literaturliste und Links werden stetig auf den aktuellen Stand gebracht und ergänzt.

Resümee

Abschließend kann festgehalten werden, dass sich der Bundespreis Ecodesign nach der nunmehr dritten Auslobung als wichtige Auszeichnung im Bereich des Designs und der Förderung ökologischer Produktinnovationen etablieren konnte. Auch 2014 haben sich wieder über 200 Unternehmen aller Branchen und Größen, Designagenturen und Nachwuchsdesigner/-innen um den Preis beworben. Die Auszeichnung mit einem Bundespreis für ökologisches Design stellt einen wichtigen Anreiz dar und motiviert zur Teilnahme. BMUB und UBA als die Auslober des Preises stehen für Seriosität und ein faires und transparentes Verfahren. Indem – im Vorfeld der Bewertung durch die Jury – die Expertise des UBA in die Begutachtung mit einfließt, kann gewährleistet werden, dass diese fundiert ist und auf Fachwissen beruht. Anders als bei den etablierten Designwettbewerben und -preisen, wie z. B. dem Deutschen Designpreis oder dem Red Dot und iF Award, bei denen ökologische Qualität häufig nur am Rande, als ein Kriterium unter vielen, in der Bewertung eine Rolle spielt, werden beim Bundespreis Ecodesign

Umweltqualität und Gestaltungsqualität gleichermaßen bewertet. Dies ist, neben der hohen Glaubwürdigkeit, das wichtigste Alleinstellungsmerkmal des Preises.

12 Quellenverzeichnis

Abele, Eberhard; Anderl, Reiner; Birkhofer, Herbert; Rüttinger, Bruno (2008): EcoDesign: Von der Theorie in die Praxis, Berlin/Heidelberg.

Schischke, Karsten; Hagelüken, Marcel ; Steffenhagen, Gregor (2005): Strategien für das Ökodesign – eine Einführung, Fraunhofer IZM, Berlin

Tischner, Ursula; Schmicke, Eva; Rubik, Frieder; Prösler, Martin (2000): Was ist EcoDesign? Ein Handbuch für ökologische und ökonomische Gestaltung, herausgegeben vom Umweltbundesamt Berlin

UBA (2001), Umweltbundesamt (Hg.): Aktiv für die Zukunft – Wege zum nachhaltigen Konsum, Dokumentation der Tagung der Evangelischen Akademie Tutzing in Kooperation mit dem Umweltbundesamt vom 3.-5. April 2000, Texte 37/01, Berlin

UBA (2002), Umweltbundesamt (Hg.): Nachhaltige Konsummuster: ein neues umweltpolitisches Handlungsfeld als Herausforderung für die Umweltkommunikation, Bericht 6/02, Berlin

13 Anhang

13.1 Die Preisträger der Wettbewerbe 2012 und 2013

13.1.1 In der Kategorie „Produkt“

Preisträger 2012

Trockensauger T 12/1 eco!efficiency

Hersteller: Alfred Kärcher GmbH & Co. KG

Design: Alfred Kärcher GmbH & Co. KG, Denis Dammköhler

Abbildung 2: Der T 12/1 eco!efficiency im Einsatz



Quelle: © Alfred Kärcher GmbH & Co. KG / IDZ

Der Trockensauger T 12/1 eco!efficiency erreicht mit 750 Watt nahezu die gleiche Leistung wie ein 1300 Watt-Gerät und verbraucht dabei 40 % weniger Strom. Mehr als 90 % der verwendeten Materialien sind recycelbar. Außerdem konnte der Geräuschpegel um etwa 70 % gesenkt werden. Kärcher garantiert eine lange Lebens- und Einsatzdauer der Geräte, dies schont zusammen mit der sehr guten Reparaturfähigkeit und einer langjährigen Ersatzteilversorgung Ressourcen.

Jurystatement:

„Kann ein Staubsauger überhaupt ökologisch sein? Fegen und Teppichklopfen ist sicher besser, aber das tut keiner mehr. Darum ist es besonders sinnvoll wenn Geräte entwickelt werden die WENIGER verbrauchen. Dies hat die Alfred Kärcher GmbH & Co. KG getan. Mit 750 Watt ist dieses Gerät vergleichbar mit einem 1300 Watt Gerät benötigt aber bei gleicher Leistung 40 % weniger Strom, verursacht 70 % weniger Lärm und ist zu 95 % recycelbar. Hervorragend!“

(Nicola Stattmann)

Bis es mir vom Leibe fällt

Herstellung und Design: Veränderungsatelier „Bis es mir vom Leibe fällt“

Abbildung 3: Eine Bluse von „Bis es mir vom Leibe fällt“



Quelle: © Bis es mir vom Leibe fällt / IDZ

Das Veränderungsatelier „Bis es mir vom Leibe fällt“ repariert und redesigns Kleidung. Design, Beratung sowie Entwurf und professionelle Schneiderarbeit finden in dem kleinen Geschäft in Berlin statt. Es werden ausschließlich vorhandene Kleidungsstücke und nach GOTS-Kriterien hergestellte Stoffe benutzt. Ein Konzept, das die Wegwerfgesellschaft hinterfragt. Beispiele werden zusammen mit ihrer Geschichte und der ihres Trägers in der Laden-Werkstatt und auf der Internetseite präsentiert.

Jurystatement:

„Wer möchte nicht wachgeküsst werden? Das Veränderungsatelier erweckt im Kleiderschrank Schlafendes wieder zum Leben. Ob Verschlissenes, Vererbtes, Geschenktes, hier wird es aufgepeppt. Wer es noch nicht weiß, lernt en passant: Wahrlich ökologisch ist es, Sachen lange zu tragen. Damit ich es nicht vergesse, habe ich es mir aufs T-Shirt drucken lassen!“

(Dr. Kirsten Brodde)

firetube Ofensystem

Herstellung und Design: Firetube GmbH

Abbildung 4: Ein firetube Ofen



Quelle: Firetube GmbH / IDZ

firetube ist ein modulares Ofensystem im nutzerfreundlichen und zeitlosen Design. Der Ofen ist langlebig, leicht umzurüsten und zu reparieren. Das firetube Vertriebs- u. Nutzungssystem gewährleistet die Rücknahme der Öfen und die hundertprozentige Wiederverwendung der Bauteile. Jeder Ofen kann sortenrein demontiert und zu 100 % recycelt werden. firetube verzichtet auf chemische Oberflächenbeschichtung, Oberflächen werden mit natürlichen Ölen fixiert und mit wasserlöslichen Lacken behandelt. Zusätzlich unterbietet der Ofen die Grenzwerte der Feinstaubemissionen der 2. Stufe der Richtlinie BImSchV.

Jurystatement:

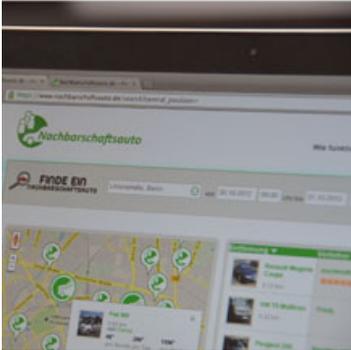
„Das minimalistische Design überzeugt durch Modularität und Klarheit. Im Konzept werden alle Stationen des Produktlebenszyklus bedacht bis hin zum Rücknahmesystem. Die Verwendung von wasserlöslichem Lack ist ein wichtiger Umweltvorteil. firetube vereint durchdachte Umweltstrategie mit Ästhetik, Qualität und Innovation.“ (Prof. Günter Horntrich)

Internetplattform Nachbarschaftsauto

Umsetzung: Nachbarschaftsauto PCS GmbH

Design: Jenny Kapteyn Design

Abbildung 5: Die Website der Nachbarschaftsauto PCS GmbH



Quelle: © Nachbarschaftsauto PCS GmbH / IDZ

Nachbarschaftsauto ist ein Produkt-Dienstleistungs-System. Nach dem Prinzip „Nutzen statt Besitzen“ macht die Internetplattform Nachbarschaftsauto das private Leihen und Verleihen von Autos einfach und sicher. Verleiher können auf der Internetplattform ihr Auto kostenlos einstellen, der Leihverleiher kann dort einfach buchen. Der Nachbarschaftsauto-Vollversicherungsschutz wird hierbei automatisch abgeschlossen. Neben der nachhaltigen Nutzung bereits vorhandener automobiler Ressourcen stärkt die Plattform zudem den sozialen Kontakt in der Nachbarschaft.

Jurystatement:

„Ein gutes Projekt zum Konzept „Teilen statt Besitzen“ – mit überzeugender Internetseite. Das Prinzip Car-Sharing ist nicht neu, aber die Umsetzung von Nachbarschaftsauto schon. Das bringt Carsharing in die Fläche und aufs Land. Und die Nachbarn zusammen. Da kann man leicht auf das eigene Auto verzichten – das bedeutet geringeren Ressourcenverbrauch und führt auch zu geringerer Nutzung und weniger Pkw-Kilometern. Denn nichts verführt so zum Fahren wie das eigene Auto. Hallo Nachbarn – mitmachen!“ (Prof. Dr. Rainer Grießhammer)

RX 70 Hybrid mit Blue-Q

Hersteller: STILL GmbH

Design: TEAMS Design GmbH

Abbildung 6: Der RX 70 Hybridstapler mit Blue-Q



Quelle: © STILL GmbH / IDZ

Der RX 70 Hybrid ist der erste Serien-Dieselstapler, der nach dem Prinzip von Energierückgewinnung und elektrischer Kraftübertragung arbeitet. Durch die Kombination zweier Energiespeichersysteme ist der Antrieb des RX 70 Hybrid sowohl kraftvoll als auch sparsam. Die Rückspeisung der Bremsenergie und die effiziente Nutzung des Verbrennungsmotors setzen Energiepotenziale frei. Dies spart zusätzlich 20% des Kraftstoffes. Geringe Motordrehzahlen reduzieren die Geräuschemissionen auf ein Minimum. Die nutzerfreundliche Gestaltung erlaubt ein sicheres und effizientes Arbeiten.

Jurystatement:

„RX 70 ist der weltweit erste Hybridstapler, der in Serie produziert wird. Der Stapler nutzt „geschenkte“ Energie, die beim Bremsen anfällt und setzt sie beim Beschleunigen wieder ein. Dadurch wird der Kraftstoffverbrauch deutlich reduziert. Geringerer Energieverbrauch bedeutet auch geringere CO₂-Emissionen. Doch nicht nur Effizienz und Umweltverantwortung machen das Produkt preiswürdig, auch seine nutzerfreundliche Gestaltung hat uns überzeugt. Mein Gesamturteil: Absolut innovativ.“ (Jochen Flasbarth)

ON

Hersteller: Wilkhahn Wilkening + Hahne GmbH & Co.KG

Design: wiege; Michael Englisch, Anne-Katrin Sieferer

Abbildung 7: Der Bürostuhl ON



Quelle: © Wilkhahn Wilkening + Hahne GmbH & Co.KG / IDZ

Der Bürostuhl ON ist mit seiner sesselartigen Konzeption ein einladender Bürostuhl, der ein dreidimensionales Bewegungssitzen ermöglicht. Die Trimension[®], eine patentierte Sitzmechanik, aktiviert den gesamten Organismus zu natürlicher und entspannter Bewegungsvielfalt und beugt Rückenschmerzen vor. Eine breite Modell- und Ausstattungspalette bietet eine hohe Individualisierung im Design. ON lässt sich einfach zerlegen und die Einzelteile leicht austauschen und reparieren. Diese sind weitgehend sortenrein und können in lokale Kreisläufe zurückgeführt werden. Nach der Nutzung lässt sich ON zu 97 % recyceln.

Jurystatement:

„Leichtbau, Komponenten-Reduzierung, Materialwahl, Verarbeitung, Recycling, Energieverbrauch, Modularität und Langlebigkeit – all diese Themen sind für die Entwicklung von ökologischen Produkten von großer Bedeutung. Wenn sie konsequent bedacht und entwickelt werden und außerdem noch bessere Funktionen bzw. Komfort entstehen, dann kann man von einem besonders guten Produkt sprechen. Der Wilkhahn Wilkening+Hahne GmbH+Co.KG ist dies mit dem Bürostuhl ON gelungen.“ (Nicola Stattmann)

Wilo-Geniax - Das Dezentrale Pumpensystem

Hersteller: WILO SE

Design: mehnert corporate design gmbh & co. Kg, Prof. Kurt Mehnert, Jan Eickhoff, Martin Bergner, Julian Witte

Abbildung 8: Die Bedien- und Steuerelemente des Wilo-Geniax



Quelle: © WILO SE / IDZ

Wilo-Geniax ist ein dezentrales Heizungspumpensystem, das durch ein umgekehrtes Heizkreislaufprinzip eine hohe Heizenergie- und Stromeinsparung ermöglicht. Dank des puristischen Designs integriert sich das Pumpensystem unauffällig in das Wohnambiente. Das modulare System der Designverkleidungen, Bedien- und Steuergeräte ermöglicht dem Nutzer eine werkzeuglose Montage und eine einfache Reparatur.

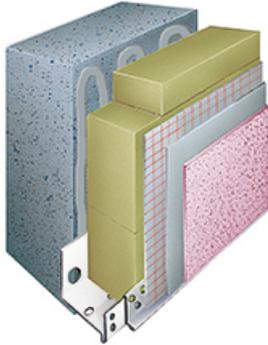
Jurystatement:

„Wilo-Geniax ist ein dezentrales Heizungspumpensystem, das – verglichen mit einer konventionellen Anlage – durchschnittlich 20 % weniger Heizenergie und 50 % weniger Strom verbraucht. Während normalerweise eine zentrale Umwälzpumpe für hinreichenden Heizwasserdruck sorgt, kommen bei Wilo-Geniax Miniaturpumpen zum Einsatz, die jede Heizfläche individuell mit Wärme versorgen.“ (Ursula Heinen-Esser)

weber.therm A 200 mit weber.pas AquaBalance Oberputzen

Hersteller: Saint-Gobain Weber GmbH

Abbildung 9: Das weber.therm A 200 mit weber.pas AquaBalance Oberputzen



Quelle: © Saint-Gobain Weber GmbH / IDZ

Wärmedämm-Verbundsysteme tragen erheblich zur energetischen Gebäudeoptimierung bei. Das Wärmedämm-Verbundsystem weber.therm A 200 mit weber.pas AquaBalance Oberputzen verbindet dabei Klima- und Gewässerschutz durch die Kombination von mineralischen Dämmplatten und Mörtel mit einem pastösen Strukturputz. Bisher enthalten solche Strukturputze oft Biozide, die vom Regen ins Grundwasser ausgewaschen werden. Das System weber.pas AquaBalance ist frei von Bioziden. Zudem wirkt das physikalische Prinzip der eingesetzten Technologie im Gegensatz zur Schutzwirkung auswaschbarer Biozide dauerhaft.

Jurystatement:

„Der Putz des Wärmedämmverbundsystems von Saint-Gobain Weber (die einzigen mit dem Blauen Engel!) kommt ohne den Einsatz von Bioziden aus, die meist genutzt werden, um Algen- und Pilzansiedlung zu verhindern, und durch deren Auswaschung die Gewässer erheblich belastet werden. Wenn es auch hier keine herausstechende ästhetische Qualität auszuzeichnen gilt, so doch das innovative „technische“ Design – denn der Putz weist das Wasser nicht ab, sondern nimmt es auf und vergrößert die auf der Oberfläche anhaftenden Regen- oder Taupfropfen mit Hilfe rein physikalischer Effekte. Dadurch trocknen die Oberflächen schneller. Der ökologische Effekt ist erheblich – für Klima-, Ressourcen- und Gewässerschutz.“

(Ursula Heinen-Esser)

Preisträger 2013

bionic fire

Hersteller: Attika Feuer AG

Design: Attika in-house Design-Team Stefan Stauffacher, Erwin Hauenstein und Global Mind Network GmbH Prof. Dr. Gerdum Enders

Abbildung 10: Der bionic fire Ofen



Quelle: © Attika Feuer AG / IDZ

Dank innovativer Verbrennungstechnik und automatisierter Bi-Metall-Steuerung werden beim Kaminofen bionic fire Verbrennungswerte realisiert, die bisher als nicht erreichbar galten – und dies bei einfacher und sicherer Bedienung. Die Tür schließt und verriegelt selbsttätig, Luftzufuhr und Umschaltautomatik werden in jeder Brennphase automatisch gesteuert. Sämtliche mechanischen Teile sind zugänglich und austauschbar, ein firmeneigener Kundendienst kann vom Fachhandel und Endkunden jederzeit zugezogen werden. Der Hersteller garantiert eine lebenslange Ersatzteillieferfähigkeit. Das Design unterstreicht den fortschrittlichen Charakter der Feuerstelle: Saubere Verbrennung und einfache Bedienung finden ihre Entsprechung in hellen Farben und klaren Linien.

Jurystatement:

„Der Kaminofen bionic fire ist ein großer Schritt in die richtige Richtung. Die Werte für Emissionen und Wirkungsgrad sind hervorragend, die Feuerungstechnik innovativ, die Bedienung einfach. Das Gerät ist leicht zu reparieren und insgesamt langlebig. Ein absolut preiswürdiges Produkt.“ (Jochen Flasbarth)

Hilti TE-YX

Hersteller: Hilti AG

Abbildung 11: Der Hilti TE-YX im Einsatz



Quelle: © Hilti AG / IDZ

Der Hammerbohrer für Stahlbeton wird mittels Kaltumformung hergestellt – als einziger Bohrer seiner Art auf dem Markt. Die Kaltumformung reduziert die Umweltbelastung erheblich, da kein Materialabfall anfällt, der bei herkömmlich gefertigten Bohrern bis zu ca. 30 % beträgt. Die Kaltumformung gewährleistet darüber hinaus auch den Erhalt der Stahlstruktur und -härte. Der Bohrer als Endprodukt ist daher um 20-35 % leichter als ein herkömmlicher Bohrer, da für eine leistungsfähige Wendel weniger Stahl benötigt wird. Durch das hochwertige Hartmetall des Bohrkopfes und die besondere Konstruktion, die ein Verhaken bei Eisentreffern verhindert, besitzt der Bohrer eine erheblich höhere Lebensdauer. Hilti bietet zudem eine einzigartige Funktions- und Leistungsgarantie, die für die gesamte Lebensdauer des Bohrers gilt. Der Bohrer wird kostenlos ersetzt, solange die Verschleißmarke an der Wendelseite sichtbar ist.

Jurystatement:

„Lebensdauer und Produktnutzen sind Grundlage des innovativen Herstellungsprozesses der Hilti TE-YX. Zusätzlich wurde der Materialeinsatz um 30 % verringert und das Gewicht drastisch reduziert. Eine einzigartige Funktions- und Leistungsgarantie, über die der Bohrer kostenlos ersetzt wird, komplettieren den Produktlebenszyklus.“ (Prof. Günter Horntrich)

LifeCycle Tower - intelligente Lösung für nachhaltigen Städtebau

Hersteller: Cree GmbH

Abbildung 12: Der LifeCycle Tower



Quelle: © Cree GmbH / IDZ

Der LifeCycle Tower wurde in einem interdisziplinären Forschungsprojekt als Alternative zu herkömmlichen Bausystemen im Hochbau entwickelt. Das flexible und weltweit einsetzbare Holz-Hybrid-Bausystem für großvolumige Gebäude mit bis zu 30 Stockwerken bietet verglichen mit herkömmlichen Systemen vielfältige Vorteile für Umwelt, Bauherren und Nutzer: halbiertes Ressourceneinsatz, hohe Energieeffizienz und bis zu 90 % CO₂-Einsparung. Die lebenszyklusorientierte Planung und sortenreine Verwendung der Materialien ermöglichen eine einfache Umnutzung und höchstmögliche Wiederverwendbarkeit beim Rückbau. Die regionale Fertigung der Systemelemente reduziert das Transportaufkommen und die CO₂-Belastung.

Jurystatement:

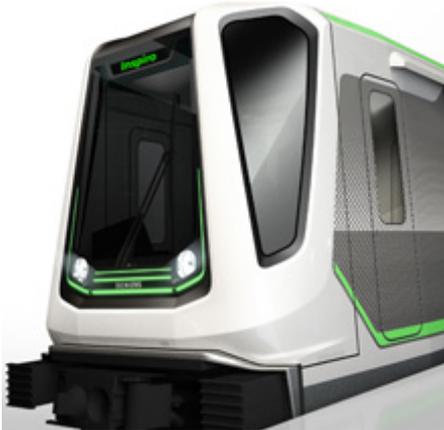
„Der LifeCycle Tower ist eine Konstruktions- und Bauweise für Gebäude bis zu 30 Stockwerken. Das Holz-Hybrid-Bausystem wird weitestgehend industriell vorgefertigt und besteht überwiegend aus dem nachhaltigen Werkstoff Holz. Beton wird nur partiell eingesetzt. Das Ergebnis dieser innovativen Konstruktionsweise bedeutet eine Halbierung der eingesetzten Ressourcen und bis zu 90 % CO₂-Einsparung. Fantastisch!“ (Nicola Stattmann)

Metro-Plattform Inspiro

Hersteller: Siemens AG

Design: BMW Group DesignworksUSA, Munich Studio Tom Allemeier

Abbildung 13: Ein Wagen der Metro-Plattform Inspiro



Quelle: © Cree GmbH / IDZ

Die Metro-Plattform Inspiro wurde für die vielfältigen Anforderungen des städtischen Personennahverkehrs entwickelt. Die modulare Plattform ist flexibel an Kundenforderungen anpassbar. Energieeffizienz und Umweltfreundlichkeit von der Herstellung über den täglichen Betrieb bis zur nahezu vollständigen Recyclingfähigkeit (ca. 95 %) waren Schwerpunkte der Entwicklung. Durch die innovative Aluminium-Leichtbauweise des Wagenkastens und ein gewichtsoptimiertes Fahrwerk konnte das Gewicht eines 6-teiligen Zuges um ca. 18 t gegenüber der Vorgängergeneration reduziert werden. Der Antrieb kann einen Großteil der freiwerdenden Energie beim Bremsen in elektrische Energie umwandeln und wieder in das Stromnetz zurückspeisen. Die LED Beleuchtung und eine bedarfsabhängig auf gleichbleibende Luftqualität gesteuerte Klimatisierung reduzieren zusätzlich den Energieverbrauch. Besonderes Augenmerk wurde auf die Verwendung bereits rezyklierter Sekundärmaterialien gelegt, welche den Primärenergiebedarf zur Herstellung der Rohstoffe um 90 % reduzieren. Außerdem wurde bereits im Fahrzeugkonzept auf eine leichte Demontierbarkeit der Komponenten am Ende der Lebensdauer und auf die Zerlegbarkeit in Einzelmaterialien geachtet.

Jurystatement:

„Verminderter Materialeinsatz, reduzierter Energieverbrauch und gute Recyclingfähigkeit zeichnen die Metro-Plattform aus. Der besondere Mehrwert wird durch den gesteigerten Fahrgastkomfort generiert. Die öffentlichen Verkehrsmittel erfahren eine Aufwertung, was den Umstieg vom Individualverkehr zum öffentlichen Nahverkehr fördert.“ (Prof. Günter Horntrich)

PYUA - Ecorrect Outerwear

Hersteller/Design: Sportsman's Delight

Abbildung 14: PYUA Outdoor Kleidung



Quelle: © Sportsman's Delight GmbH / IDZ

PYUA ist die erste Funktionsbekleidungsmarke weltweit, die hochwertige Wintersportbekleidung aus bereits recycelten oder recycelfähigen Materialien fertigt und diese in dem sogenannten Closed-Loop-Recycling-System wiederverwertet. Mit diesem System werden Energieverbrauch und CO₂-Ausstoß reduziert, Ressourcenverschwendung wird vermieden. Durch die fluorcarbonfreie Ausrüstung werden Maßstäbe gesetzt, das für die Imprägnierung eigens entwickelte Polyester-Laminat CLIMALOOP ist schadstofffrei. Der angebotene Reparaturservice trägt zu einer Verlängerung der Lebensdauer bei.

Jurystatement:

„Eine konsequent umweltbewusste und intelligente Produktentwicklung – besonders hervorzuheben sind die fluorcarbonfreie Ausrüstung, Nutzung von Recyclingfasern und Recyclingfähigkeit mitsamt Rücknahmesystem. Stilbewusst, funktional ausgereift, stark in der Farbgebung und mit Kultstatus unter Kennern. Die Macher kennen ihr Produkt und ihre Produktionskette und machen so glaubhaftes, innovatives Ecodesign vor. Respekt!“

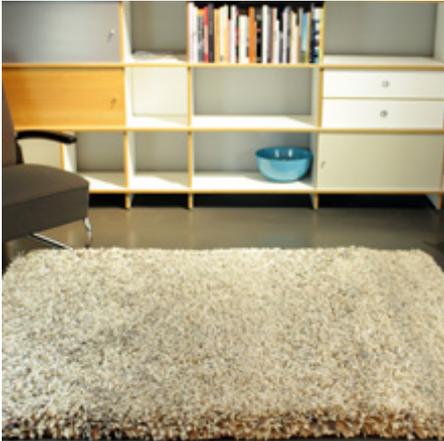
(Prof. Friederike von Wedel-Parlow)

Second Life Rugs - Handgefertigte Upcycling Teppiche

Hersteller: Second Life Rugs

Design: Ute Ketelhake

Abbildung 15: Ein Teppich der Second Life Rugs Kollektion



Quelle: © Second Life Rugs / IDZ

Second Life Rugs sind handgeknüpfte Hochflorteppiche aus Lana Cotta (reiner, gekochter Wolle). Bei der Herstellung der Teppiche werden Produktionsüberreste aus reiner Schurwolle zu Unikaten geknüpft. Wertvolle Rohstoffreste werden innovativ weiterverarbeitet und durch Upcycling zu einem neuen, hochwertigen und langlebigen Produkt. Die Teppiche werden in Kooperation mit sozialen Netzwerken, Werkstätten oder benachteiligten Personengruppen hergestellt.

Jurystatement:

„Ein gut durchgedachtes Upcycling-Produktionskonzept, das Produktionsabfälle aus bereits gesponnener und gefärbter Schurwolle aus kontrolliert biologischer Tierhaltung ästhetisch gelungen in von Hand gefertigten Teppichunikaten verwertet. Wertvolle Rohstoffreste werden so innovativ zu einem anspruchsvollen Produkt weiterverarbeitet.“

(Prof. Friederike von Wedel-Parlow)

ZAwheel - Elektromobilität der Zukunft

Hersteller/Design: Ziehl-Abegg SE

Abbildung 16: Der Elektroantrieb ZAwheel



Quelle: © Ziehl-Abegg SE / IDZ

ZAwheel ist ein Elektroantrieb für Nutzfahrzeuge, der in der Mitte des Rades sitzt. Dieser Radnabenantrieb hebt die Effizienz auf 90 % – im Gegensatz zu 20 bis 30 % bei einem Verbrennungsmotor. Der Radnabenantrieb besitzt kein Getriebe und benötigt auch kein Differential – das macht ihn noch effizienter als andere Elektroantriebe. Er kann problemlos in bestehende Busse (Retrofit) eingebaut werden. Die hohe Energieeinsparung, die Lärm- und Feinstaubreduzierung sowie der völlig CO₂-freie und NO₂-freie Linienbetrieb sprechen für sich.

Jurystatement:

„Mich beeindruckt nicht nur die Finesse des Antriebes – ein Elektroantrieb ohne Getriebe und Differential, der in der Mitte des Rades sitzt, die Bremsenergie zurückspeist und dadurch die Effizienz im Vergleich zu einem Verbrennungsmotor erheblich steigert. Überzeugend ist zudem, dass der Antrieb problemlos in bestehende Busse eingesetzt werden kann – das eröffnet neue Möglichkeiten der Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel.“ (Dr. Ulf Jaeckel)

13.1.2 In der Kategorie „Konzept“

Preisträger 2012

COBOC - Muscle Synchronized eCycles

Herstellung und Design: COBOC eCycles

Abbildung 17: Das COBOC eCycle



Quelle: © COBOC eCycles / IDZ

COBOC eCycles ist ein Konzept für ein Pedelec (Fahrrad mit elektrischem Motor). Das COBOC eCycle ist mit 13,7 kg deutlich leichter als marktübliche Varianten. Durch das geringe Gewicht verbraucht es weniger Energie und bleibt auch bei leerem Akku agil und sportlich fahrbar. Nicht zuletzt durch sein minimalistisches Design spricht es auch junge Menschen an, die so vom Auto aufs Pedelec umsteigen. Das Bedienkonzept ist intuitiv, die Sensorik passt sich automatisch dem Fahrer an. Das eBike fährt sich dadurch wie ein gewöhnliches, mechanisches Fahrrad – nur schneller.

Jurystatement:

„COBOC macht ein Pedelec zum sportlichen und gefragten City-Bike! Es ist deutlich leichter als die marktüblichen Varianten. Die Technik ist unauffällig verbaut und die Batterie sauber versteckt. Dafür lässt man das Auto im Stadtverkehr sicher gerne stehen!“ (Werner Aisslinger)

Velux LichtAktiv Haus

Herstellung: VELUX Deutschland GmbH

Design: Technische Universität Darmstadt - Fachbereich Architektur, Fachgebiet Entwerfen und Energieeffizientes Bauen und Architektenbüro Ostermann

Abbildung 18: Das Velux LichtAktiv Haus



Quelle: © VELUX Deutschland GmbH / IDZ

Das LichtAktiv Haus ist ein Siedlerhaus aus den 50er Jahren, das als barrierefreies Nullenergiehaus modernisiert wurde und dabei intelligentes Energiedesign mit hohem Wohnwert verbindet. Die Tageslichtarchitektur versorgt das Gebäude mit viel Licht und frischer Luft. Zugleich wird die benötigte Energie vollständig durch erneuerbare Energien erzeugt. Das LichtAktiv Haus produziert dabei mehr Energie, als von seinen Bewohnern und dem Gebäude selbst verbraucht wird. So wird CO₂-neutrales Wohnen im modernisierten Siedlerhaus erstmals möglich.

Jurystatement:

„Das Modellprojekt Velux LichtAktiv Haus zeigt, dass sich Energieeffizienz auch in Altbauten verwirklichen lässt. Ein typisches Siedlerhaus aus den 50er Jahren wird vom „Klimaschreck“ zum „Klimahelden“. Es deckt seinen gesamten Energiebedarf aus erneuerbaren Energien und erzeugt mehr Energie, als es selbst verbraucht. Die gelungene gestalterische Umsetzung macht es auch für seine Bewohner zu einem Ort, an dem sie sich wohlfühlen können. Dieses Beispiel sollte Schule machen!“ (Jochen Flasbarth)

Preisträger 2013

Revolver – Personal Wind Turbine

Herstellung: frog design Europe GmbH

Design: frog design Europe GmbH Paul Bradley, Jonas Damon, David Gustafson, Jinseok Hwang, Brian Wasson und Ryan Wickre

Abbildung 19: Die Windturbine Revolver



Quelle: © frog design / IDZ

Die Windturbine produziert selbst bei leichter Brise bis zu 35 Watt – genug um gleichzeitig Laptop, Handy und eine Lampe mit Strom zu versorgen. Mit einem Handgriff öffnen sich die vier geschwungenen Darrieus-Turbinenblätter. Bei hohem Wind sichern Stahlstifte zum Befestigen im Boden den Stand des Stativs. Die Turbine ist annähernd so groß wie ein Regenschirm und kann daher leicht transportiert und verstaut werden.

Jurystatement:

„Energetische Autarkie ist ein aktueller Anspruch an alle Lebensbereiche. Nachdem Solarzellen in Textilien oder Rucksäcke eingearbeitet wurden und so für mobile Menschen Ladeoptionen für ihre elektronischen Geräte bereitstellen, nimmt sich das Projekt Revolver – Personal Wind Turbine der Stromerzeugung durch Windkraft für unterwegs an. Die Windturbine als Mitnahmeobjekt für Traveller oder Outdoor Aktivisten wird durch den Einsatz der Darrieus Turbine, die mit einer Leistung von 35 Watt im Verhältnis zur Baugröße äußerst effizient zu sein scheint, eine Energieerzeugungsalternative für naturverbundene Menschen, die dennoch auf ihre Zivilisationstools nicht verzichten wollen und einen hohen Anspruch an Design haben.“
(Werner Aisslinger)

13.1.3 In der Kategorie „Service“ (neue Wettbewerbskategorie 2013)

Preisträger 2013

SOLARKIOSK

Hersteller: SOLARKIOSK GmbH

Design: GRAFT - Gesellschaft von Architekten mbH

Abbildung 20: Der Solarkiosk



Quelle: © SOLARKIOSK GmbH / IDZ

Der SOLARKIOSK ist als unabhängige Energiequelle für die ländliche Bevölkerung von Entwicklungsländern konzipiert. Der Bausatz für einen SOLARKIOSK besteht aus in Deutschland gefertigten, elektronischen Komponenten und aus lokalen Materialien, sodass er überall aufgebaut werden kann. Nach nur fünf Sonnenstunden kann der Kiosk drei Tage lang betrieben werden. Es handelt sich hierbei um Sonnenenergie, die unabhängig vom Stromnetz mit Sonnenkollektoren, Transformatoren und Batterien generiert wird. Kunden können am Kiosk ihre Mobiltelefone aufladen, Radio hören, Medikamente kühlen oder Solarlampen kaufen, sodass sie nicht mehr die gesundheitsschädlichen Kerosinlampen oder Dieselgeneratoren verwenden müssen, um nachts Licht zu haben. Sowohl der Kioskbetreiber als auch die lokale Gemeinde profitieren vom SOLARKIOSK: Er bringt saubere und günstige Energie in Regionen, die bisher auf teure und schmutzige Energie angewiesen waren.

Jurystatement:

„Der Solarkiosk überzeugt als Gesamtkonzept und in der gestalterischen Umsetzung. Über eine solarenergiebasierte Stromversorgung ermöglicht er der lokalen Bevölkerung Zugang zu Energie. Darüber hinaus bietet er eine Geschäftsgrundlage für kleine, lokale Unternehmen und dient als sozialer Treffpunkt.“ (Dr. Dietlinde Quack)

13.1.4 In der Kategorie „Nachwuchs“

Preisträger 2012

In der Kategorie „Nachwuchs“ konnten sich beim Wettbewerb 2012 Studierende an deutschen Designhochschulen und junge Gestalterinnen und Gestalter, deren Studienabschluss nicht länger als drei Jahre zurücklag, mit Produkten oder konzeptionellen Arbeiten bewerben. Die Kategorie „Nachwuchs“ ist als Querschnittskategorie zu verstehen, es konnten Projekte aus sämtlichen Designsparten eingereicht werden. Insgesamt 21 Nachwuchsarbeiten waren nominiert. Das Projekt .eco wurde mit dem Bundespreis Ecodesign 2012 ausgezeichnet, drei weitere Projekte erhielten eine Anerkennung.

.eco (Preisträger)

Christian Ehni, Timo J. Schillings
Duale Hochschule Baden-Württemberg Ravensburg

Abbildung 21: Das .eco-Logo



Quelle: © Christian Ehni, Timo J. Schillings / IDZ

Die Domain .eco ist ein Konzept zum Stromsparen im Internet, das Daten kurzer Aktualität mit einem Haltbarkeitsdatum versieht. Das spart Speicherplatz auf den Servern und reduziert den Stromverbrauch. Beispielhaft an Facebook ausprobiert, kann die neue Domain auch auf anderen Internetseiten angewandt werden, da .eco design- und konzeptunabhängig vom Netzwerk funktioniert und so modular einsetzbar ist. Das Konzept .eco könnte ein Eco-Zertifikat für das Internet werden, welches den Ausbau von erneuerbaren Energien und effizienter Datenzentren fördert, da die Domain nur an geprüfte Betreiber vergeben werden soll.

Jurystatement:

„Strom sparen im Internet durch Reduktion von Datenmüll ist das vorausschauende Konzept von .eco. Kurzzeitig aktuelle Daten werden mit einem sogenannten Haltbarkeitsdatum versehen und dadurch unnützer Datenwachstum verhindert. .eco schafft Bewusstsein und sensibilisiert den Nutzer für die ökologischen Auswirkungen von Datenspeicherung.“

(Prof. Günter Horntrich)

best before ... Visualisierung der Mindesthaltbarkeit (Anerkennung)

Dane Smith-Horn, Viola Wengler, Vasiliki Corakas
Hochschule für Gestaltung Offenbach

Abbildung 22: Der Joghurtbecher best before ...



Quelle: © Dane Smith-Horn, Viola Wengler, Vasiliki Corakas / IDZ

best before ... ist ein doppelwandiger Joghurtbecher aus Kunststoffolie. Seine Stabilität erhält der Becher durch Druckluft zwischen beiden Folien. Joghurt wird häufig nach Ablauf des Mindesthaltbarkeitsdatums weggeworfen, ohne dass die Verpackung überhaupt geöffnet wurde. Dabei sind Lebensmittel oft noch nach dem vorausgesagten Verfallsdatum genießbar. best before ... visualisiert den „echten“ Verfallszeitpunkt des Joghurts und wirkt so der Lebensmittelverschwendung entgegen.

Jurystatement:

„Der Umgang mit Lebensmitteln ist ein wichtiges ökologisches Thema, das hier konzeptionell gut angegangen wird. Die Verpackung zeigt, ob der Joghurt noch essbar ist. Dass dies durch einen pneumatischen Körper funktioniert, ist innovativ und klug durchdacht. Eine umsetzungswerte Alternative fürs Kühlregal!“ (Werner Aisslinger)

Pfandring (Anerkennung)

Paul Ketz
ecosign/Akademie für Gestaltung

Abbildung 23: Der Pfandring



Quelle: © Paul Ketz / IDZ

Der Pfandring ist eine Zusatzhalterung für Mülleimer im öffentlichen Raum für Pfandflaschen und Pfanddosen. Passanten können ihr Leergut guten Gewissens im Pfandring abstellen und Pfandsammler müssen nicht unwürdig in die Mülleimer greifen. Flaschen und Dosen bleiben im Recyclingkreislauf. Die Gestaltung ist funktional und erhält durch die Farbgebung Signalwirkung.

Jurystatement:

„Mit dem Pfandring wird die sonst weggeworfene Flasche zum Geschenk – für die, die es wirklich brauchen. Ein alltägliches Problem wird durch einfaches additives Design überzeugend gelöst. Der Pfandring ist der Trauring für Ökologie und Soziales. In der ersten Phase kann er nachträglich an die Hunderttausende Sammelbehälter angebracht werden, die bereits eingesetzt werden. Mittelfristig kann er gleich bei der Produktion in neue Sammelbehälter integriert werden.“ (Dr. Rainer Griebhammer)

Pullover Juri und Walentina (Anerkennung)

Valentin Schmitt, Lars Nüthen | recyclist_workshop
Bauhaus Universität Weimar

Abbildung 24: Der Pullover Walentina



Quelle: © Valentin Schmitt, Lars Nüthen | recyclist_workshop / IDZ

recyclist_workshop ist ein Label für nachhaltig und fair produzierte Mode. Die Pullover Juri und Walentina werden maßgeblich aus einem Gewebe recycelter Textilfasern hergestellt und durch Details wie Fahrradkettenteile ergänzt. Hohe Qualität und anspruchsvolles Design werden unter der Verwendung von Recyclingprodukten verbunden. Die Pullover können ohne großen Aufwand und spezielle Trennverfahren dem Recyclingkreislauf wieder zugeführt werden. Vom Abfall als Rohstoff über umweltfreundliche Verpackung bis hin zu lokaler Wertschöpfung werden wichtige Aspekte des Ecodesigns umgesetzt.

Jurystatement:

„Überzeugt Auge und Gewissen. Schönes studentisches Konzept zum Recycling. Urbanes Design mit kleinen, feinen Details wie Fahrradkettengliedern an der Kapuze. Um die Ecke produziert und im grünen Conceptstore verkäuflich.“ (Dr. Kirsten Brodde)

Preisträger 2013

Pumpipumpe - ein analoges Sharing System

METEOR Collectif

Sabine Hirsig, Ivan Mele, Lisa Ochsenbein

Abbildung 25: Nachbarschaftliches Teilen



Quelle: © METEOR Collectif / IDZ

Pumpipumpe setzt sich für einen bewussten Umgang mit Konsumgütern und mehr soziale Interaktion in der Nachbarschaft ein. Das Leihen und Ausleihen von Dingen, die man nur selten benutzt, soll gefördert werden. Dies geschieht nicht im Internet, sondern mit Aufklebern am Briefkasten, wo die Nachbarn täglich vorbeigehen. Sie treten so direkt miteinander in Kontakt, können sich Werkzeuge oder Küchengeräte ausleihen und müssen weniger Gegenstände selbst besitzen. Mehr teilen, weniger kaufen und dadurch die Umwelt schonen – das ist das Prinzip von Pumpipumpe.

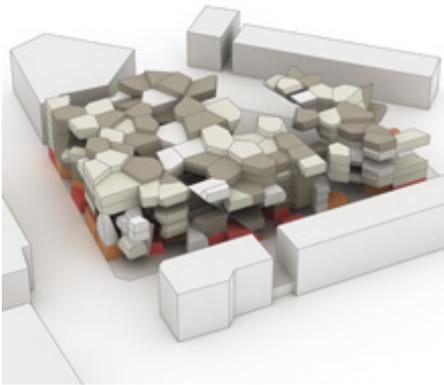
Jurystatement:

„In Zeiten, in denen alles online geteilt werden kann, hat das Meteor Collectif eine pfiffige Idee für das analoge Teilen entwickelt: Nachbarn können Dinge, die sie nicht so oft brauchen, einfach gemeinsam nutzen. Toll illustriert, kinderleicht in der Anwendung – was will man mehr!“
(Steven Cook)

Integrated Urban Morphologies

Florian Krampe, Christopher Voss
Universität Stuttgart

Abbildung 26: Mit Integrated Urban Morphologies entworfenes Gebäude



Quelle: © Florian Krampe, Christopher Voss / IDZ

Die energetischen und klimatischen Anforderungen an Gebäude sind in den letzten Jahrzehnten gestiegen. In der Praxis wird dies jedoch meist als rein technisches Problem angesehen. Dies bedeutet häufig, Entwürfe nachträglich durch Fachplaner optimieren zu lassen oder in der Ausführung mit Wärmedämmverbundsystemen und komplexen Haustechniksystemen hochzurüsten. Ausgehend von Low-Tech-Entwurfsprozessen werden so High-Tech-Gebäude gebaut. Das Projekt „Integrated Urban Morphologies“ versucht diesen Prozess umzukehren: Computerbasierte Formgenerierungsmethoden werden genutzt, um die komplexen Anforderungen frühzeitig im Entwurf abzubilden. So wird es möglich Gebäude zu entwerfen, die durch ihre Form intelligent auf energetische und klimatische Rahmenbedingungen reagieren. Der entwickelte Algorithmus gestattet es dem Entwerfer, Entwurfsparameter wie die Grundstücksfläche, die maximale Höhe sowie die gewünschte Anzahl von Nutzungseinheiten (z. B. Wohnungen oder Büros) festzulegen und automatisch Varianten zu generieren. Hierbei wird eine Vielzahl von klimatischen Einflüssen wie z. B. solare Gewinne oder die Möglichkeit der natürlichen Querlüftung berücksichtigt. Gute Optionen werden automatisch erkannt und sukzessiv verbessert. Infolge dieser Herangehensweise kann nicht nur die zur Herstellung und zum Einbau von technischen Komponenten und Bauteilen notwendige graue Energie eingespart werden, sondern auch der Energie- und Ressourcenverbrauch über den gesamten Lebenszyklus gesenkt werden.

Jurystatement:

„Bei dem Projekt Integrated Urban Morphologies handelt es sich um ein Entwurfsprogramm mit dem unter Berücksichtigung der jeweiligen Klimabedingungen und der Lage eines Grundstücks, die bestmögliche Anordnung, Form, Ausrichtung, Strukturierung und Ausstattung des Gebäudes ermittelt werden kann. So reduziert sich der Energiebedarf sowohl im Bau als auch im späteren Betrieb des Gebäudes. Ein hervorragendes Tool!“ (Nicola Stattmann)

STARTKLAR

Esther Bättschmann
ESMOD BERLIN Internationale Kunsthochschule für Mode

Abbildung 27: Mantel aus der STARTKLAR Kollektion



Quelle: © Esther Bättschmann / IDZ

STARTKLAR ist eine Cradle-to-Cradle Kollektion für Männer und Frauen. Klare Linien und kraftvolle Farben bestimmen das Design. Alle Kleidungsstücke sind aus zertifizierten Cradle-to-Cradle Materialien gefertigt und rückstandsfrei wiederverwertbar, entweder im technischen oder biologischen Kreislauf. Die Verwendung dieser speziellen Materialien erforderte beispielsweise auch das Finden intelligenter Lösungen für Einlagen und Futterstoffe. STARTKLAR steht für langlebige Mode die durch ihre Schnitte belastungsfähig und formbeständig ist. Sowohl durch die Stoffe als auch die Fertigung wird Bekleidungsabfall vermieden und Produkte geschaffen, die in Qualität und Stil von großem Wert sind.

Jurystatement:

„Die Kollektion zeichnet sich durch eine gelungene Gestaltung aus, sie ist sehr stilsicher und authentisch. Die verwendeten Materialien und Hilfsmittel sind aus Umweltsicht vorteilhaft und auch die Einhaltung sozialer Standards wurde im Blick behalten.“ (Dr. Dietlinde Quack)