



Wer kennt IPP im Jahr 2010?

Dr. Michael Schneider
Monika Pfannkuchen

Auftraggeber



Bayerisches Staatsministerium für
Umwelt und Gesundheit



Impressum

Alle Rechte (insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung) sind vorbehalten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Kein Teil der bifa-Texte darf in irgendeiner Form ohne Genehmigung der Herausgeber reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Herausgeber
bifa Umweltinstitut GmbH
Am Mittleren Moos 46
86167 Augsburg

Verfasser
Dr. Michael Schneider
Monika Pfannkuchen

Auftraggeber
Bayerisches Staatsministerium für Umwelt und Gesundheit

Gestaltung
Sonja Grazia D'Introno

Druck
Klicks GmbH

1. Auflage 2010
© bifa Umweltinstitut

INHALTSVERZEICHNIS

1	Zusammenfassung.....	1
2	Vorbemerkungen und Methodik	2
3	Stichprobe und Feldarbeit	3
4	IPP – Begriffsbekanntheit und Begriffsassoziationen	6
5	IPP – bisherige Erfahrungen	17
6	IPP-Potenzial.....	19
7	IPP-Instrumente.....	20
8	Stoffflussmanagement.....	22
9	Fazit.....	26

1 Zusammenfassung

Das Bayerische Staatsministerium für Umwelt und Gesundheit (StMUG) möchte die Integrierte Produktpolitik (IPP) in der bayerischen Wirtschaft bekannter machen und ihre praktische Umsetzung fördern. Zur Überprüfung der Wirksamkeit dieser Initiative gab das StMUG die insgesamt vierte Umfrage zum Bekanntheits- und Nutzungsgrad von IPP in bayerischen Unternehmen in Auftrag. Wie die vorliegende Umfrage aus dem Jahr 2010 ergab, haben etwa 21 % der befragten Unternehmen den Begriff IPP "schon gehört". Dies sind deutlich weniger als in den Untersuchungen zuvor, 2005 waren es noch knapp 30 %.

Erfreulich ist hingegen eine sich abzeichnende Diffusion des IPP-Konzepts in die eher betriebswirtschaftlich geprägten Bereiche Marketing und Vertrieb sowie Geschäftsführung. Eine deutliche Steigerung ist auch bei Befragten aus dem Qualitätsmanagement und der Arbeitssicherheit festzustellen. Nach wie vor bleibt IPP aber ein Thema für Spezialisten insbesondere aus dem Bereich Umwelt und Abfall. Etwas verändert hat sich die bislang starke Dominanz der Mitarbeiter großer Unternehmen unter den „sehr guten“ IPP-Kennern. Zwar stellen sie immer noch die überwiegende Mehrheit, doch holen diese IPP-Kenner in kleinen Unternehmen mittlerweile deutlich auf: von 7,4 % (2005) auf 23,1 % (2010).

Insgesamt wird IPP von der Mehrheit der Anwender eindeutig positiv bewertet. Vor allem in Bezug auf die langfristigen Vorteile wie Kostensenkungen, bessere Marktpositionen oder Entlastungen der Umwelt erfüllt IPP die Erwartungen der Anwender. Es lässt sich daher schlussfolgern, dass die Gründe für den Nichteinsatz nicht in enttäuschten Erwartungen, sondern weiterhin vor allem in der mangelnden Bekanntheit und Vertrautheit mit diesem Konzept liegen.

Die Ergebnisse weisen auch darauf hin, dass sich ein „harter Kern“ von IPP-Interessierten herausgebildet hat. Diesen Kreis gilt es weiter zu stabilisieren. Das mühsame Geschäft der Mobilisierung neuer IPP-Interessenten sollte daher unvermindert fortgesetzt werden. Dies gilt insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen. Die hohe Zustimmung zu IPP-Kernaussagen zeigt, dass das Potenzial hierzu nach wie vor außerordentlich groß ist.

2 Vorbemerkungen und Methodik

Das Bayerische Staatsministerium für Umwelt und Gesundheit (StMUG) möchte die integrierte Produktpolitik (IPP) in der bayerischen Wirtschaft bekannter machen und ihre praktische Umsetzung fördern. Um die Ausgangssituation und den künftigen Erfolg dieser Bemühungen überprüfen zu können, war bifa im Jahr 2001 damit beauftragt worden, eine Statusanalyse zu Bekanntheit und Umsetzungsgrad von IPP im bayerischen produzierenden Gewerbe zu erstellen. Darüber hinaus sollten grundlegende Ergebnisse auch zum Instrument des Stofffluss- bzw. Stoffstrommanagements (SFM) gewonnen werden.

Als quantitative Untersuchungsmethode wurde eine repräsentative Telefonbefragung gewählt. Die Entwicklung des hierzu verwendeten Fragebogens erfolgte unter Einsatz qualitativer Methoden, nämlich sechs Experten-Gesprächen in Form so genannter Repertory-Grid-Interviews sowie einer Gruppendiskussion mit ausgewiesenen IPP-Experten aus der bayerischen Wirtschaft. Die kreativitätsfördernde Technik der Repertory-Grid-Interviews war von großem Nutzen, um den „Assoziationsraum“ der Begriffe IPP und SFM zu ergründen, aber auch, um mögliche Umsetzungsstrategien zu entwickeln. Auf Basis der Grid-Interviews wurde ein Fragebogen-Entwurf erstellt. Der Entwurf wurde im Rahmen der Gruppendiskussion diskutiert, dann überarbeitet, in umfangreichen Pretests erprobt und nach letzten Korrekturen für die Telefonbefragung eingesetzt.

In den Jahren 2003 und 2005 wurde bifa damit beauftragt, die Telefonbefragung zu wiederholen, um mögliche Veränderungen im Vergleich zur ersten Untersuchung zu ermitteln. Ziel dieser Wiederholungsuntersuchungen war jeweils eine Statusanalyse; es galt festzustellen, ob und gegebenenfalls in welcher Weise Änderungen in der Beantwortung der Fragen nach Bekanntheit, Umsetzungsgrad und Potenzial von IPP und SFM im Zeitraum von 2001 bis 2005 zu verzeichnen waren.

Ein Ergebnis der Statusanalyse 2001 war, dass 28,6 % der Befragten von IPP schon etwas gehört hatten. Es konnten jedoch nur 16,2 % auf Nachfrage auch konkretere Vorstellungen zu dem Begriff äußern.

Um die IPP-Kenntnisse dieser Befragten besser einschätzen zu können, wurde ab der Wiederholungsuntersuchung 2003 eine zusätzliche Itematterie eingeführt. Dabei handelt es sich um einen Fragenkatalog zur Erfassung der „wahren IPP-Kennerschaft“, mit dem die verschiedenen kommunikativen, kooperativen und Lebensweg übergreifenden Facetten des IPP-Konzeptes abgefragt werden. Auf diese Weise soll der Kreis der „echten“ IPP-Kenner noch klarer vom Kreis derer abgegrenzt werden, die nur recht vage Angaben machen können bzw. nur Teilaspekte der Begriffsbedeutung kennen.

Bei der Formulierung dieses Fragenkatalogs wurde 2003 von einem bereits damals allgemein akzeptierten Begriffsverständnis ausgegangen. Durch die zusätzlichen Fragen konnte herausgearbeitet werden, ob die „Kenner“ unter den Befragten mit den Kernbedeutungen des IPP-Begriffs tatsächlich vertraut waren.

Demnach hatten 70,7 % aller 2005 Befragten von IPP noch nie gehört; 16,4 % gaben an, von IPP „schon einmal gehört“ zu haben, konnten aber auf Nachfrage keine konkreten Begriffsvorstellungen äußern. Somit verblieben im Jahr 2005 nur 12,9 % „IPP-Kenner“, geringfügig mehr als 2003 (12,1 %). Insgesamt sank im Zeitraum 2003 bis 2005 der Anteil derjenigen Befragten, denen IPP völlig unbekannt war, um fast 5 % und lag damit deutlich unter dem Wert von 2001. Die Ausdifferenzierung der IPP-Kennerschaft mit Hilfe des neuen Fragenkatalogs zeigte zudem, dass 4,7 % aller Befragten „sehr gute Kenner“ waren, weitere 6,5 % waren „überdurchschnittlich gute Kenner“, aber nur 1,7 % „unter-

durchschnittlich gute Kenner“ des IPP-Konzeptes. Insofern ist es durchaus gelungen, das Konzept der Integrierten Produktpolitik zumindest unter den „Kennern“ entsprechend zu positionieren.

Für das Jahr 2010 wurde bifa erneut damit beauftragt, mögliche Statusveränderungen im Vergleich zu den vorangegangenen Untersuchungen zu ermitteln. Es galt festzustellen, ob und gegebenenfalls wie sich die oben beschriebenen Trends fortgesetzt oder möglicherweise sogar umgedreht haben.

Dazu wurden erneut repräsentative Telefonbefragungen durchgeführt. Zum Einsatz kam derselbe Fragebogen wie 2003 und 2005 mit dem zusätzlichen Fragenkatalog zur besseren Differenzierung der IPP-Kennerschaft. Die weitere Vorgehensweise wie Stichprobenziehung, Anschreiben der Zielpersonen, Interviewerschulung und Durchführung der Interviews entsprach exakt den Erhebungen der Vorjahre. Die folgende Analyse der aktuellen Daten orientiert sich am Aufbau der vorangegangenen Berichte, damit der Leser besser vergleichen kann.

3 Stichprobe und Feldarbeit

Am 16. Februar 2010 wurden dem mit der Umfrage beauftragten Meinungsforschungsinstitut über 2000 repräsentativ ausgewählte Adressen von bayerischen Unternehmen übermittelt, die zuvor von bifa angeschrieben worden waren. Den Anschreiben lag ein Brief der zuständigen Industrie- und Handelskammer bei, in dem um rege Beteiligung an der Umfrage gebeten wurde. Die an das Institut übermittelten Adresslisten waren – wie bereits 2001, 2003 und 2005 – nach acht Branchen der produzierenden Wirtschaft und einer Kontrollgruppe (Dienstleistungsbranche) aufgegliedert.

Aufgrund der Anschreiben gingen beim bifa Fax von 78 Unternehmen ein, die einen Termin zur Befragung angaben und Ansprechpartner nannten. In der Zeit vom 22. Februar bis 16. März 2010 wurden von speziell geschulten Interviewern 75 Interviews anhand dieser Faxnachrichten geführt. Die übrigen 295 der insgesamt 370 Interviews wurden durch Abarbeitung der Adresslisten erzielt. Zwei Fax-Ansprechpartner konnten nicht erreicht werden bzw. brachen die Befragung ab, ein Fax mit Terminwunsch konnte nicht mehr berücksichtigt werden, da die Studie zu diesem Zeitpunkt bereits abgeschlossen war. 461 Unternehmen wollten an der Befragung nicht teilnehmen.

Die Feldarbeit wurde am 16. März 2010 mit 370 Interviews abgeschlossen. Dies entspricht einer Ausschöpfung von 20,7 %, geht man von ursprünglich über 2000 gezogenen Adressen aus. Im Vergleich zur Befragung 2005 ging die Ausschöpfung somit um fast 6 Prozentpunkte zurück. Zudem war der Anteil der an der Studie besonders interessierten Unternehmen, die Faxe geschickt hatten, eingebrochen – auf nur noch 20 % (bezogen auf die 370 realisierten Interviews). Im Jahre 2003 waren es immerhin noch 37 % – und 2001 sogar 53 %. Trotz dieses Einbruchs bei den Fax-Rückmeldungen sehen wir aber angesichts der Vielzahl an Gesprächswünschen, mit denen Unternehmen von Seiten der Forschung, der Medien, der Verbände etc. tagtäglich konfrontiert werden, sowohl den Rücklauf wie auch die Anzahl besonders interessierter Unternehmer immer noch als befriedigend an. Im Vergleich zu anderen Telefonbefragungen gilt eine gut 20-prozentige Ausschöpfung, wie sie 2010 erzielt werden konnte, bei einer so „schwierigen“ Stichprobe aus Führungskräften von produzierenden Unternehmen und angesichts der noch immer virulenten Folgen der Wirtschafts- und Finanzkrise als zufriedenstellend. Systematische Verzerrungen der Ergebnisse sind aufgrund dieses Rücklaufs und aufgrund der strengen Zufallsauswahl der Stichprobe ohnehin nicht zu erwarten.

Tabelle 1 zeigt die Anteile von Unternehmen unterschiedlicher Größe an der Grundgesamtheit und an der Stichprobe. Betrachtet über alle Gruppen erscheint die Verteilung in der Stichprobe insgesamt recht ausgewogen, sie entspricht jedoch nicht der tatsächlichen Verteilung in der Grundgesamtheit.

Wie nicht anders zu erwarten, weicht auch der Anteil der Branchengruppen in der Grundgesamtheit vom Anteil in der Stichprobe ab.

Tabelle 1: Anzahl der Betriebe nach Zahl der Mitarbeiter in Grundgesamtheit und Stichprobe

Mitarbeiter	Grundgesamtheit (Anzahl Betriebe in Bayern)				Stichprobe (Anzahl befragter Unternehmen)			
	< 50	50 - 500	> 500	Gesamt	< 50	50 - 500	> 500	Gesamt
1. Elektro	460	366	115	941	19	9	12	40
Gewichtungsfaktor					24,21	40,67	9,58	
2. Maschinenbau	576	414	154	1144	19	13	8	40
Gewichtungsfaktor					30,32	31,85	19,25	
3. Chemie	314	292	85	691	22	14	4	40
Gewichtungsfaktor					14,27	20,86	21,25	
4. Metall	490	435	60	985	14	23	3	40
Gewichtungsfaktor					35,00	18,91	20,00	
5. Ernährung	303	237	45	585	17	16	7	40
Gewichtungsfaktor					17,82	14,81	6,43	
6. Verlag	242	208	37	487	17	21	2	40
Gewichtungsfaktor					14,24	9,90	18,50	
7. Steine	641	469	62	1172	19	19	2	40
Gewichtungsfaktor					33,74	24,68	31,00	
8. Sonstige produz.	401	305	65	771	20	18	2	40
Gewichtungsfaktor					20,05	16,94	32,50	
9. Dienstleistung	4084	3166	716	7966	21	21	8	50
ANZAHL GESAMT	7511	5892	1339	14742	168	154	48	370

Um nun zu den angestrebten Aussagen über das produzierende Gewerbe Bayerns in seiner Gesamtheit zu gelangen, werden die Unterschiede in den Verteilungen in der Grundgesamtheit und der Stichprobe berücksichtigt. Das heißt, die Ergebnisse der Branchengruppen 1 bis 8 werden entsprechend gewichtet, um etwa Verfälschungen der Ergebnisse durch einen zu hohen Anteil großer Betriebe zu vermeiden. Soweit in der folgenden Analyse solche Aussagen oder spezifische Branchenvergleiche von Interesse sind, werden grundsätzlich die gewichteten Werte angegeben. Sind solche Vergleiche jedoch von untergeordneter Bedeutung und stehen stattdessen Aussagen zum Beispiel über Betriebsgrößen oder unternehmensinterne Funktionsbereiche im Vordergrund, so wird nicht gewichtet. Ebenso wird bei der Charakterisierung sehr kleiner Gruppen, z.B. IPP-Anwendern, auf die Gewichtung verzichtet.

Table 2 gibt Auskunft über die befragten Zielpersonen (über die Funktionsbereiche, in denen sie arbeiten).

Table 2: Aufgabenbereiche der befragten Personen

	Produzierende Wirtschaft		Dienstleistung / Handel	
Basis:	n=320		n=50	
	% Antworten	% Fälle	% Antworten	% Fälle
Geschäftsführung / Vorstand	34,3	36,9	38,9	42,0
Marketing / Vertrieb	4,1	4,4	22,2	24,0
Kaufmännische Verwaltung	9,0	9,7	0,0	0,0
Produktion	7,6	8,1	0,0	0,0
Forschung und Entwicklung	1,7	1,9	0,0	0,0
Umwelt und Abfall	18,9	20,3	29,6	32,0
Sonstiges	14,5	15,6	3,7	4,0
Qualitätsmanagement	3,8	4,1	0,0	0,0
Technik	2,9	3,1	3,7	4,0
Arbeitssicherheit	3,2	3,4	1,9	2,0
SUMME (Mehrfachantworten)	100,0	107,5	100,0	108,0

Bei den 320 Befragten aus der produzierenden Wirtschaft gehörte mehr als jeder dritte (36,9 %) der Geschäftsleitung bzw. dem Vorstand an, während 20,3 % aus dem Bereich „Umwelt und Abfall“ stammten. Im Vergleich zur Erhebung von 2005 wurden aktuell deutlich mehr Mitglieder der obersten Führungsebene befragt (36,9 vs. 24,1 %); dies ging zu Lasten des Anteils der Beschäftigten aus dem Bereich Umwelt und Abfall (2005: 32,5 %; aktuell 20,3 %). Die Anteile aller übrigen Bereiche waren ähnlich gering wie 2005: „Marketing und Vertrieb“ 4,4 %, „Forschung und Entwicklung“ 1,9 %, „Produktion“ 7,6 % und „Kaufmännische Verwaltung“ 9,7 %.

Demgegenüber wurden in der Kontrollgruppe („Dienstleistung und Handel“) aktuell mit 32 % deutlich mehr Befragte aus dem Bereich „Umwelt und Abfall“ erreicht als noch 2005 (20 %); ebenso konnten auch vier Mal so viele Personen aus dem Marketing/Vertrieb befragt werden wie noch 2005 (6 % vs. 24 %), und auch der ohnehin schon hohe Anteil an Mitgliedern aus der Geschäftsführung konnte noch leicht „zulegen“ (36 % vs. 42 %). Dies ging vor allem zu Lasten der kaufmännischen Verwaltung; aus diesem Bereich konnte aktuell niemand mehr befragt werden; 2005 waren es noch 20 %. In allen anderen Funktionsbereichen haben sich die Anteile nur unwesentlich verändert.

Insgesamt hat sich der seit 2003 abzeichnende Trend zu immer mehr Befragten nicht nur mit Leitungsfunktion (fast 90 % der Befragten hatten eine solche Funktion; 2005 waren es „nur“ knapp 70 %), sondern auch aus der oberen Führungsetage fortgesetzt. Dies ging in der aktuellen Umfrage bei den produzierenden Unternehmen vor allem zu Lasten der Umweltaufteilungen, in der Kontrollgruppe zu Lasten der kaufmännischen Verwaltung. Bei der Zusammensetzung der Stichprobe ist festzustellen, dass der Anteil von Zielpersonen aus dem oberen Management kontinuierlich angestiegen ist. Wir werden uns deshalb im Folgenden immer wieder auch auf das Antwortverhalten speziell dieser Personengruppe

konzentrieren müssen, zumal sich in den vergangenen Untersuchungen immer wieder gezeigt hat, dass IPP vor allem ein Thema der Spezialisten aus den Umweltausschüssen war – im Topmanagement aber auf deutlich weniger Resonanz stieß.

4 IPP – Begriffsbekanntheit und Begriffsassoziationen

Das aktuelle Ergebnis der Frage nach der Bekanntheit Begriffs IPP ist in *Abbildung 1* den Resultaten der früheren Untersuchungen gegenüber gestellt.

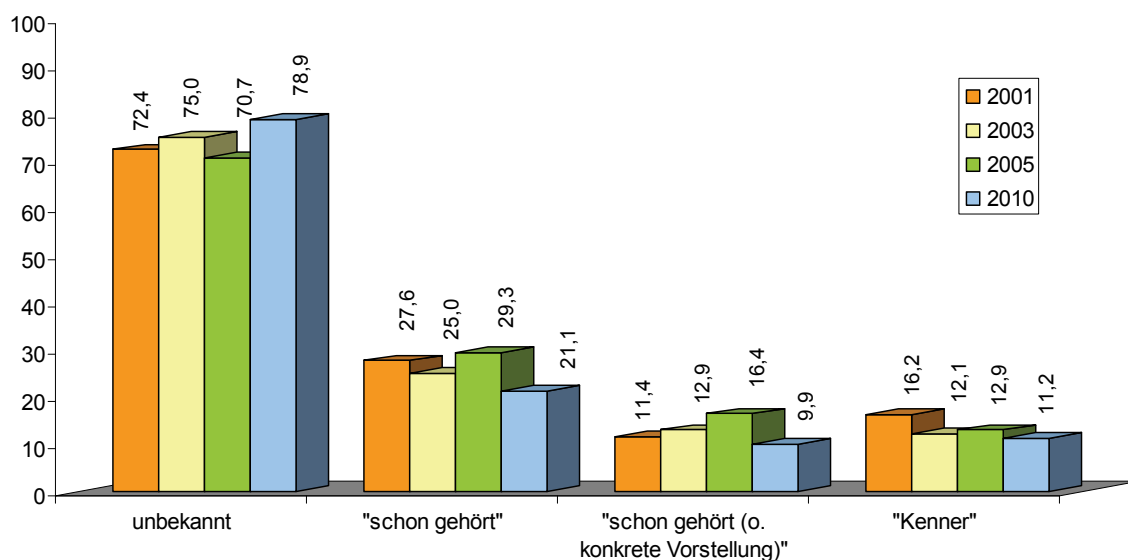


Abbildung 1: Bekanntheit von IPP. Gruppe „schon gehört“ zusätzlich ausdifferenziert in „schon gehört“ (= schon gehört ohne konkretere Vorstellung von der Begriffsbedeutung) und „Kenner“ (= schon gehört mit konkreteren Vorstellungen von der Begriffsbedeutung). Basis: Alle Befragten aus der Produzierenden Wirtschaft. Angaben in %

Damit zeigt sich: Die Zahl derer, die nach eigenen Angaben schon einmal von IPP gehört haben, ging in den vergangenen fünf Jahren von 29,3 auf 21,1 % recht deutlich zurück. Betrachtet man jedoch die Gruppe der „IPP-Kenner“, also derjenigen Personen, die auch auf Nachfrage in der Lage waren, konkrete Vorstellungen zu äußern, so relativiert sich der gesunkene Bekanntheitsgrad gegenüber 2005 wieder. Dennoch zeichnet sich der bisher schlechteste Wert der „IPP-Kennerschaft“ seit Beginn der Befragung ab. Auch 2010 muss somit festgestellt werden, dass der Begriff IPP einer großen Mehrheit nach wie vor unbekannt geblieben ist.

Hinsichtlich der untersuchten acht Branchen ergab die aktuelle Untersuchung, dass die Chemie neben der Elektroindustrie nach wie vor unter den Spitzenreitern zu finden ist. Daneben bewegten sich auch der Maschinenbau und die Metallbranche leicht nach oben. Ebenso war 2010 beim Wirtschaftszweig „Verlag, Druck und Papier“ gegenüber 2005 ein Zugewinn von rund 4 % IPP-Kennern festzustellen, während bei der vormals sehr starken „Ernährung“ ein leichter Einbruch zu registrieren war. Vergleichsweise deutlich ist die IPP-Kennerschaft im Wirtschaftszweig „(Berg-)Bau, Steine“ zurückgegangen, ebenso wie bei den „sonstigen“ Branchen. Insgesamt zeigte sich jedoch in der aktuellen Untersuchung der bereits 2003 und 2005 festgestellte Trend, wonach sich die Branchenunterschiede trotz einiger „Ausreißer“ mehr und mehr angleichen.

Das Ablesen wirklicher Trends ist angesichts der branchenbezogen relativ geringen Fallzahlen nach wie vor kaum möglich. Aus diesem Grund wurden die Mittelwerte aus den in 2001, 2003, 2005 und 2010 durchgeführten Untersuchungen gebildet. Die Basis für diese Mittelwerte bilden inzwischen etwa 160 Befragte je Branchengruppe sowie 200 Befragte in der Kontrollgruppe. Die Rangfolge der Branchen bezüglich ihrer IPP-Kennerschaft bleibt gegenüber der letzten Untersuchung nahezu unverändert (Abbildung 2).

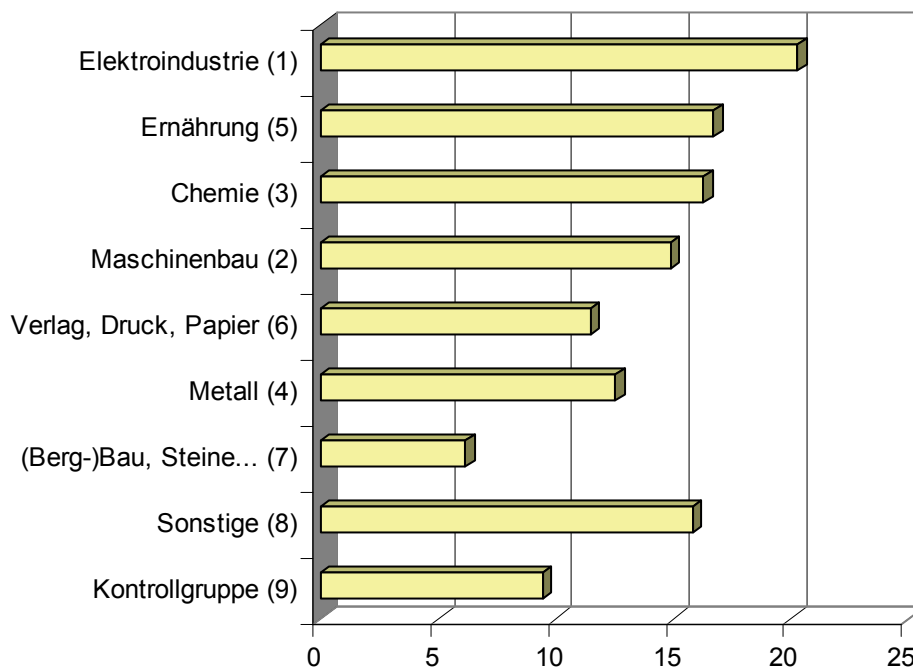


Abbildung 2: „Echte“ IPP-Kenner differenziert nach Branchengruppen. In Klammern: Nummer der Branchengruppe. Basis: alle Befragten. Mittelwerte aus den Untersuchungen in 2001, 2003, 2005 und 2010. Angaben in %

Der Begriff IPP ist weniger als erwartet in breite Kreise der Wirtschaft diffundiert – obwohl er von seinem Bedeutungsgehalt her durchaus großes Potenzial hätte. Wie der *Abbildungen 3* zu entnehmen ist, blieb der Begriff allerdings weiterhin vor allem Experten aus dem Umwelt- und Abfallbereich vorbehalten (41,5 % vs. 35,0 %, 2005). Vergleichsweise deutlich zugenommen hat die Bekanntheit von IPP im Laufe der vier Untersuchungen auch unter den Experten für Marketing und Vertrieb (2010: 14,3 %; 2005: 12,7 %; 2003: 0 %; 2001: 2,5%). In den übrigen Bereichen variierten die Unterschiede maximal um jeweils zwei Prozentpunkte.

Auch die Identifizierung von Trends für Befragte unterschiedlicher Arbeitsbereiche ist wegen der für die meisten Gruppen recht geringen Fallzahlen kaum möglich. Die mit Abschluss dieser Untersuchung insgesamt gegebene Datenbasis erlaubt aber eine recht gute Einschätzung der Kennerschaft über die Mittelwerte aus den Untersuchungen der Jahre 2001, 2003, 2005 und 2010 (Abbildung 3).

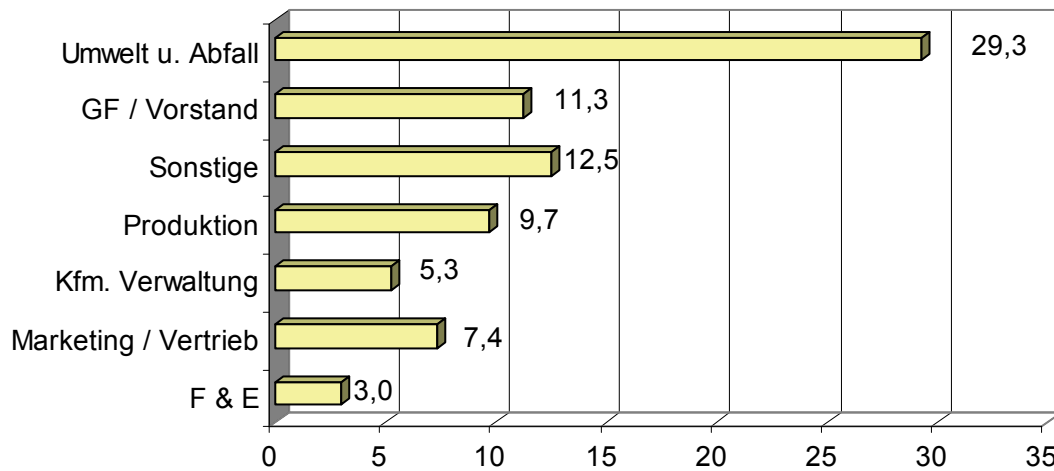


Abbildung 3: „Echte“ IPP-Kenner differenziert nach den Arbeitsbereichen der Befragten. Basis: alle Befragten. Mittelwerte aus den Untersuchungen in 2001, 2003, 2005 und 2010. Angaben in %

Zur Anzahl „echter“ IPP-Kenner in den drei untersuchten Betriebsgrößen zeichnete sich im Vergleich zu den beiden früheren Untersuchungen folgendes Bild ab: Auch im Jahr 2010 war der IPP-Begriff nicht einmal bei jedem zehnten der kleinen Unternehmen angekommen. Der Anteil der IPP-Kenner in mittleren Unternehmen hat sogar leicht abgenommen und liegt nunmehr bei 8,3 % (vs. 11,1 %, 2005). Die Zahl der IPP-Kenner in den großen Unternehmen mit über 500 Mitarbeitern kann hingegen einen Zuwachs um acht % verzeichnen und liegt 2010 bei 52,5 %. Offenbar ist das Thema IPP in den großen Unternehmen inzwischen „wirklich“ angekommen – wenn auch hier vor allem in den Umweltautteilungen und deutlich weniger bei Vorständen und Geschäftsführern.

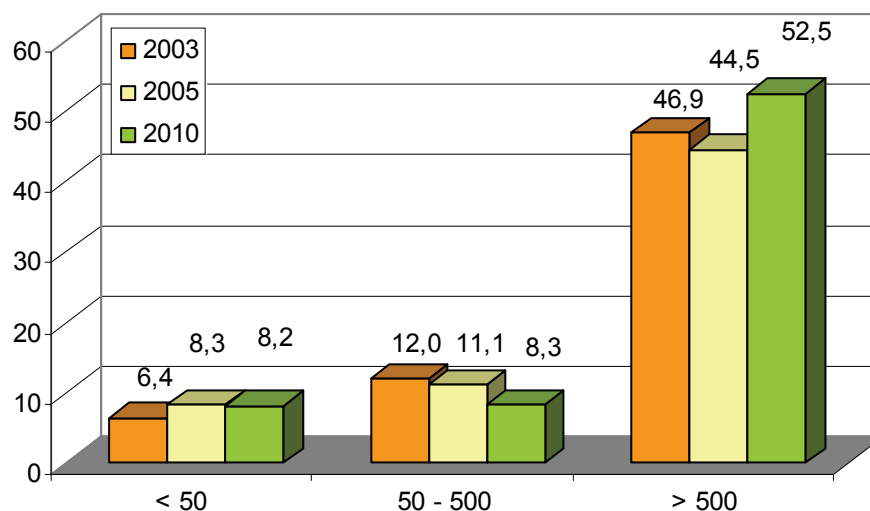


Abbildung 4: „Echte“ IPP-Kenner in Betrieben unterschiedlicher Größe (Mitarbeiterzahl). Basis: alle Befragten. Angaben in %

Als „Kenner“ wurden Befragte definiert, die angaben, von IPP schon einmal gehört zu haben und auch auf Nachfrage konkrete Begriffserläuterungen vornehmen konnten. Die Schwerpunkte dieser Ausführungen bezogen sich vornehmlich auf drei Bereiche – im Unterschied zu 2003 und 2005, als noch zu-

sätzlich die Ökologie hervorgehoben wurde (Abbildung 5). Insgesamt fällt jedoch wie schon 2005 auf, dass viele der Erläuterungen zum IPP-Begriff deutlich präziser erscheinen, als dies noch 2001 der Fall war.

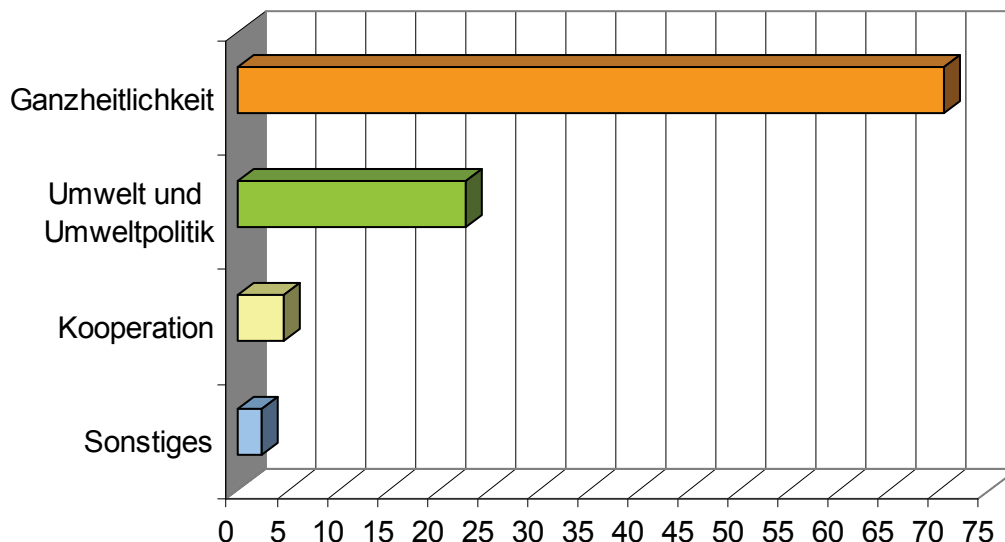


Abbildung 5: Häufigste Nennungen auf die Frage: „Was verbinden Sie persönlich mit IPP?“ Basis: nur „IPP-Kenner“. Angaben in %

So beziehen sich auch aktuell die meisten Nennungen (70,5 %) auf das Thema „Ganzheitlichkeit“, womit vor allem „umfassende“, „kreislaufartige“ oder „lebenszykluspezifische“ Betrachtungen von Produkt oder Produktionsprozess gemeint waren. Bisweilen kam es dabei auch zu Überschneidungen mit dem Thema „Kooperation“. Hierzu drei Beispiele:

„Der gesamte Lebenszyklus eines Produktes vom Einkauf, Herstellung, Verbrauch, Entsorgung bis Wiederverwertung.“ (Int. 39; Lfd. 320)

„Ganzheitlicher Ansatz für Umweltschutz: Schon bei der Produktherstellung Betrachtung des gesamten Lebenszyklus des Produktes.“ (Int. 43; Lfd. 332)

„Einbeziehen aller Stakeholder über gesamten Lebenszyklus (Hersteller, Wartung, Handel, Nutzer, Entsorgung); Kommunikation; Round Table, ins Gespräch kommen; Forum für alle, die an Produktlebenskette beteiligt sind; Beteiligte bringen ihre Aspekte ein.“ (Int. 19; Lfd. 178)

Dem Thema „Umwelt und Umweltpolitik“ wurden Nennungen nur dann zugeordnet, wenn der Umweltbegriff fiel: „umweltbewusste Materialverwendung“, „IPP als umweltpolitischer Begriff“ oder „umweltbewusste Materialverwendung unter umweltpolitischen Aspekten“.

„Umweltschutz bei Produkten, welche Auswirkungen können vom Anfang bis zum Ende auftreten; schon bei der Entwicklung über die Konsequenzen nachdenken.“ (Int. 12; Lfd. 137)

„Komplettes Paket, wo Hersteller bis Handel und Kunde im Sinne des Umweltschutzes einbezogen werden.“ (Int. 17, Lfd. 165)

„Dass man in der Produktentwicklung die Umweltauswirkungen optimiert.“ (Int. 47; Lfd. 342)

Zur Identifikation und Beschreibung der „wahren“ Kennerschaft wurde auch in der aktuellen Statusanalyse der 2003 entwickelte zusätzliche Fragenkatalog verwendet. Ihm war wieder die Bitte um die Selbsteinschätzung des eigenen „IPP-Know-hows“ vorangestellt. Von den insgesamt 44 Befragten, die

IPP vom Begriff her kannten und Erklärungen abgeben konnten, beschrieben sich aktuell 40,9 % als gute bzw. sehr gute Kenner (Abbildung 6). 45,5 % meinten, ihr Kenntnisstand „geht so“ und jeweils drei Befragte sagten, sie würden IPP „kaum“ bzw. „überhaupt nicht“ kennen. Damit schätzten die Befragten 2010 ihre IPP-Kenntnisse insgesamt etwas besser ein als in der vorangegangenen Statusanalyse 2005, die Werte von 2003 konnten allerdings nicht erreicht werden (49,4 % sehr gute/gute Kenntnisse).

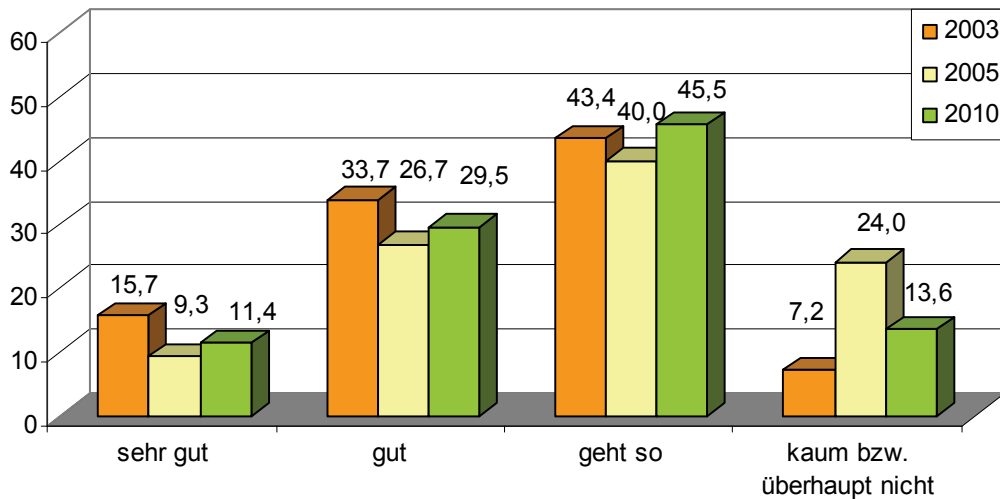


Abbildung 6: Selbsteinschätzung der Kenntnis von IPP. Basis: „IPP-Kenner“. Angaben in %

Um nun auch jenseits solcher Selbsteinschätzungen die IPP-Kennerschaft genauer charakterisieren zu können, wurde erneut auf den Fragenkatalog mit IPP-Kernbedeutungen zurückgegriffen, die in der folgenden Abbildung schematisch dargestellt sind.

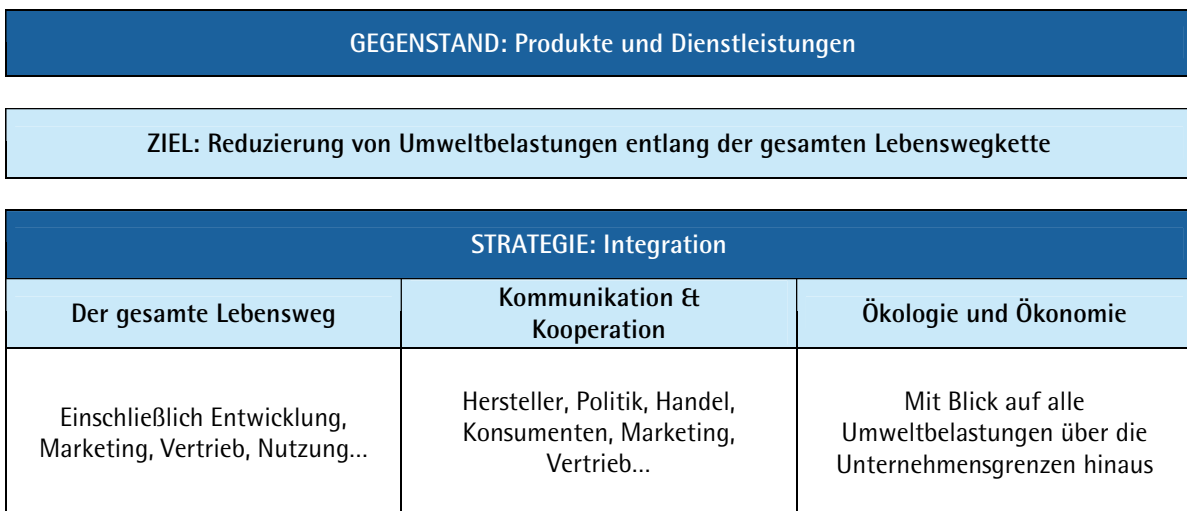


Abbildung 7: Common Sense-Kernbedeutungen von IPP

Diese auf Basis einer Literaturanalyse erarbeitete Zusammenstellung derjenigen Bedeutungsinhalte von IPP, über die unter IPP-Experten Einigkeit besteht (Common-Sense-Kernbedeutungen), wurde in einen Katalog von Statements umgesetzt.

Die *Tabelle 3* listet insgesamt 18 Statements auf, welche aus diesen Kernbedeutungen abgeleitet wurden. Die hervorgehobenen Felder wurden als „richtige“ Antworten im Sinne der IPP-Definition betrachtet. Die Zahlenangaben in der Tabelle zeigen das Antwortverhalten der Befragten (entlang einer Skala von 1 bis 4). Diejenigen drei „Kenner“, die ihre Kenntnis von IPP mit „überhaupt nicht“ einschätzten, wurden bei den weiterführenden Fragestellungen nicht berücksichtigt. Somit beziehen sich die Ergebnisse nunmehr auf 41 Befragte aus der Produzierenden Wirtschaft, die als IPP-Kenner identifiziert wurden.

Tabelle 3: Statements zur Ermittlung der tatsächlichen IPP-Kennerschaft der Befragten. Die gelb markierten Felder geben „richtige“ Antworten im Sinn der IPP-Definition wider. Spalten 2-5: Antworten in %. Letzte Spalte: Durchschnittswerte von 1=„besonders hervorheben“ bis 4=„überhaupt nicht hervorheben“; oben: Durchschnittswert 2010; Mitte: Durchschnittswert 2005; unten: Durchschnittswert 2003. Basis: „IPP-Kenner“

	besonders hervorheben (1)	hervorheben (2)	weniger hervorheben (3)	überhaupt nicht hervorheben (4)	Durchschnitt 2010 (2005) (2003)
IPP befasst sich hauptsächlich mit den Abläufen innerhalb eines Unternehmens	6,7 %	26,7 %	37,8 %	28,9 %	2.9 (2.9) (2.83)
Rahmenkonzept für die Umweltaktivitäten aller Ministerien	13,9 %	8,3 %	30,6 %	47,2 %	3.11 (3.28) (3.32)
betrachtet hauptsächlich Umweltfaktoren	27,3 %	34,1 %	27,3 %	11,4 %	2.23 (2.32) (2.21)
beschränkt sich auf Produkte	15,6 %	20 %	35,6 %	28,9 %	2.78 (2.81) (2.66)
betrachtet im Wesentlichen die Entwicklung und die Herstellung von Produkten	42,2 %	37,8 %	6,7 %	13,3 %	1.91 (2.18) (1.94)
setzt hauptsächlich Vorgaben der Umweltpolitik um	16,7 %	19,7 %	33,3 %	31 %	2.79 (2.85) (2.8)
schließt die Nutzer von Produkten mit ein	56,8 %	29,5 %	9,1 %	4,5 %	1.57 (1.42) (1.66)
verbindet Wirtschaft mit Sozialem	39%	22 %	22 %	17,1 %	2.17 (2.13) (2.58)

	besonders hervorheben (1)	hervorheben (2)	weniger hervorheben (3)	überhaupt nicht hervorheben (4)	Durchschnitt 2010 (2005) (2003)
verstehet Politik als „lernende Politik“	34,1 %	31,7 %	14,6 %	19,5 %	2.2 (2.12) (2.42)
ein neues Verbraucherschutz-Modell	24,4 %	8,9 %	20 %	46,7 %	2.88 (2.79) (3.18)
ein von DaimlerChrysler entwickeltes Konzept	4,8 %	9,5 %	0 %	85,7 %	3.67 (3.77) (3.77)
verbindet Ökologie und Ökonomie	68,9 %	28,9 %	2,2 %	0 %	1.33 (1.39) (1.41)
betrachtet den Lebensweg von Produkten „von der Wiege bis zur Bahre“	84,4 %	15,6 %	0 %	0 %	1.16 (1.16) (1.26)
bezieht sich auf Produkte und Dienstleistungen	54,8 %	31 %	9,5 %	4,8 %	1.64 (1.6) (1.9)
IPP verlangt: Kooperation aller mit einem Produkt befassten Gruppen einschließlich Politik	70,5 %	18,2 %	6,8 %	4,5 %	1.45 (1.38) (1.6)
schließt Marketing, Vertrieb und Handel ein	70,5 %	25 %	4,5 %	0 %	1.34 (1.31) (1.45)
weist eine neue Richtung, nämlich höhere Material- und Ressourceneffizienz	71,1 %	22,2 %	6,7 %	0 %	1.36 (1.51) (1.55)
Betrachtet Umweltaspekte in ihrer Gesamtheit	66,7 %	17,8 %	11,1 %	4,4 %	1.53 (1.32) (1.28)

Tabelle 3 zeigt, dass IPP, ähnlich wie die Jahre zuvor, von den Befragten nur selten mit einem Konzept von DaimlerChrysler, einem ministeriellen Rahmenkonzept oder einem neuen Verbraucherschutz-

Modell in Verbindung gebracht wurde. Vielmehr steht IPP mehrheitlich für Betrachtungen des gesamten Lebensweges bzw. von Umweltaspekten in ihrer Gesamtheit und verlangt die Kooperation aller mit einem Produkt befassten Gruppen einschließlich der Politik. Eher weniger hervorgehoben wurden Statements, die auf eine Verbindung von Wirtschaft mit Sozialem verweisen, oder die IPP auf betriebsinterne Abläufe bzw. nur auf Produkte beschränkt sehen. Und wie die in der letzten Spalte ausgewiesenen Mittelwerte zeigen, gab es hier kaum nennenswerte Unterschiede zwischen der aktuellen und der vorangegangenen Untersuchung – allenfalls wurde 2010 wie auch schon 2005 die Verbindung zwischen Wirtschaft und Sozialem tendenziell häufiger hervorgehoben als noch 2003; Politik als „lernende Politik“ wurde der IPP häufiger zugeordnet und tendenziell häufiger wurde auch der Bezug zu Produkten und Dienstleistungen hergestellt. Wird nun für jeden dieser 41 Befragten ein additiver Index-Wert gebildet, der sich an der IPP-Definition orientiert, so ist eine weitere Differenzierung der Kennerschaft möglich. *Tabelle 4* zeigt zunächst die Häufigkeiten der „richtigen“ Antworten für die Jahre 2003, 2005 und 2010. Wie zu erkennen ist, sind sich die Verteilungen vergleichsweise ähnlich: Der Maximalwert beträgt zwar 18, die tatsächlich erreichten „Spitzenwerte“ liegen jedoch „nur“ bei 16, die niedrigsten bei 3 bzw. 6. Allein durch Raten ist ein Wert von 9 wahrscheinlich, der Modalwert beträgt bei allen Befragungen 12. Die Mittelwerte der jeweiligen Untersuchungen sind: 12,6, 12,5 bzw. 12,2. Daher müssen bei allen Verteilungen Werte von ≥ 14 als hervorragend gelten (*sehr gute* IPP-Kenner). Werte zwischen 11 und 13 zeugen insofern von einer *überdurchschnittlichen* IPP-Kennerschaft, als sie immerhin *über* dem Zufallswert von 9 liegen. Demgegenüber wird ein Resultat von ≤ 10 als *unterdurchschnittlich* bezeichnet, da dieses tatsächlich deutlich *unter* den Durchschnittswerten von 12,6, 12,5 bzw. 12,2 liegt.

Tabelle 4: Häufigkeit der „richtigen“ Antworten auf die Frage, welche Aspekte die Befragten besonders hervorheben würden, um jemand anderem den Begriff zu erklären. Basis: „IPP-Kenner“. Angaben: Zahl der Befragten

Zahl der "richtigen" Antworten	2003 (absolut)	2005 (absolut)	2010 (absolut)
3	0	0	1
6	0	1	1
7	1	3	1
8	2	2	0
9	2	1	3
10	3	3	2
11	15	10	4
12	18	15	11
13	15	13	5
14	14	12	4
15	6	11	6
16	7	4	3
>16	0	0	0
SUMME	83*	75*	41*
Mittelwert	12,6	12,5	12,2

*Hinweis: entspricht nicht dem durch Gewichtung nach Unternehmensgröße und Größe der Branchengruppe ermittelten prozentualen Anteil der „Kenner“ an der Grundgesamtheit

Darüber hinaus ist hinsichtlich der Selbsteinschätzung, welche 2010 etwas „positiver“ ausfiel als 2005 (vgl. Abbildung 6), festzustellen, dass sie wie die Vorjahre auch signifikant mit der Höhe des erreichten Index-Wertes korreliert (Pearson-Korrelation $r_{xy}=.357$; $p < .01$). Das heißt: Befragte, die sich selbst eine hohe IPP-Kompetenz zuschreiben, erzielen tatsächlich auch meist höhere Werte als diejenigen Befragten, die angaben, sich nicht so gut auszukennen.

„Sehr gute Kenner“ rekrutierten sich – genau wie 2005 – überproportional häufig aus großen Unternehmen (Abbildung 8). Allerdings gehörten in der aktuellen Untersuchung vermehrt auch kleine Unternehmen der „sehr guten“ IPP-Kennerschaft an. Hier ist somit ein deutlicher Erfolg zu verbuchen. Darüber hinaus kann bezüglich der Tätigkeitsfelder folgende „Trendwende“ beschrieben werden: Ähnlich wie in den Vorjahren kam der größte Anteil der „sehr guten“ IPP-Kennerschaft zwar aus den Umweltaufteilungen der Unternehmen. Eine Veränderung lässt sich jedoch dahingehend feststellen, dass unter den „sehr guten Kennern“ der Anteil der Geschäftsführer/innen bzw. des Vorstands und des Marketings im Vergleich zu den Vorjahren zugenommen hat (Abbildung 9). Es gibt zwar insgesamt nicht unbedingt mehr Kenner unter diesen Befragten; es gibt aber inzwischen einige, die sich hervorragend auskennen. Offenbar wird IPP also deutlich intensiver auch im Marketing und im Top-Management sowie in kleineren Unternehmen thematisiert – auch wenn von einer flächendeckenden Verbreitung nach wie vor nicht die Rede sein kann.

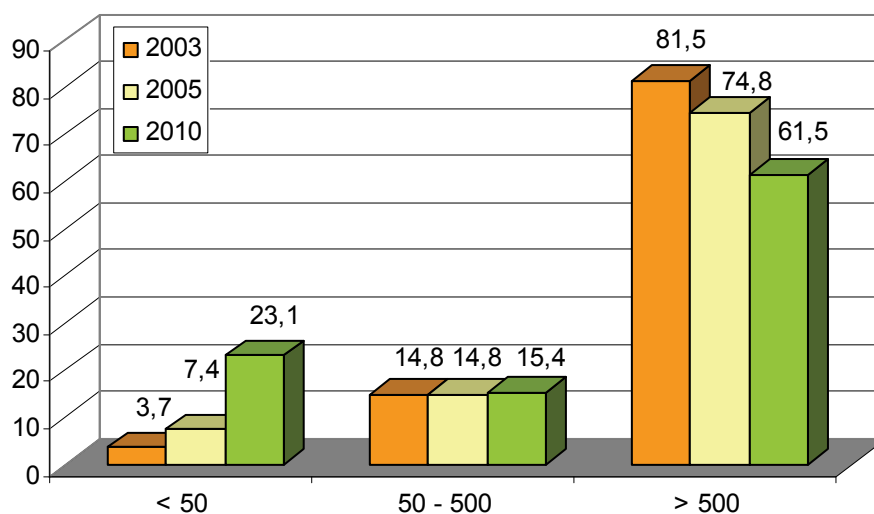


Abbildung 8: Anteil der sehr guten IPP-Kenner nach Betriebsgröße (Mitarbeiterzahl). Basis: alle sehr guten IPP-Kenner. Angaben in %

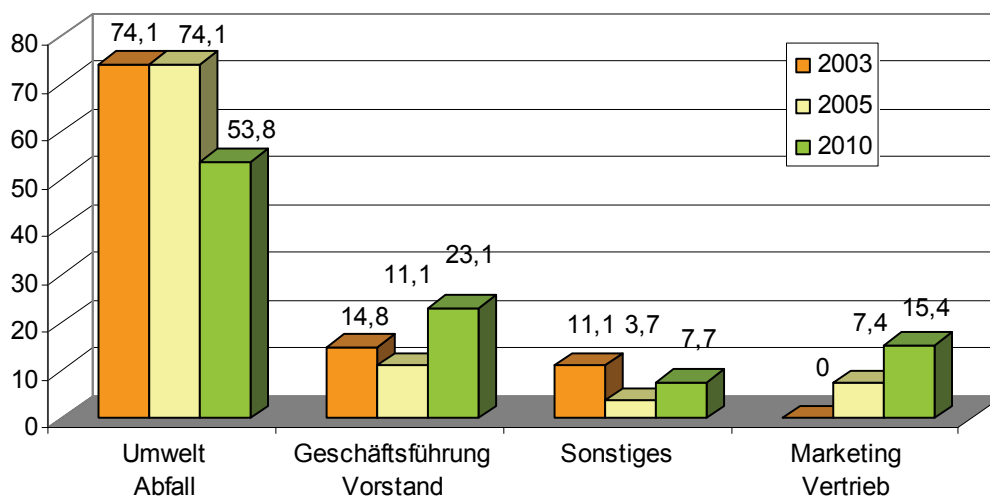


Abbildung 9: Anteil der sehr guten IPP-Kenner nach Tätigkeitsbereichen. Basis: alle sehr guten IPP-Kenner. Angaben in %

Auch 2010 konnte wieder gezeigt werden, dass die Selbsteinschätzung der Befragten und der IPP-Kenner-Index (laut Tabelle 4) differenzierte Schlussfolgerungen erlauben. Das bedeutet, „echte“ IPP-Kenner sind keineswegs mit denjenigen Personen identisch, die angaben, von IPP schon einmal gehört zu haben und auch nähere Begriffsbestimmungen liefern konnten. Vielmehr lässt sich die profunde Kennerschaft mit Hilfe von weit über dem Durchschnitt liegender Index-Werte identifizieren. Bezogen auf die Gesamtstichprobe (Abbildung 10) bedeutet dies, dass der Anteil so definierter Kenner niedriger als 11,2 % ist; demnach ist der Anteil „sehr guter IPP-Kenner“ lediglich 4 %; ferner gibt es 6 % „überdurchschnittlich gute Kenner“. Schließlich bilden 2 % der Befragten die Schlusslichter in dieser Rangreihe. Dies alles bedeutet auch, dass die Befragung 2010 keine wesentlichen Veränderungen hinsichtlich der Kennerschaft ergeben hat, allenfalls, dass nun auch mehr kleine Unternehmen zur „sehr guten“ IPP-Kennerschaft gehören. Vielmehr ist von einer Stabilisierung auf niedrigem Niveau auszugehen, wobei sich auch unternehmensinterne wie Branchen übergreifende Diffusionsprozesse feststellen lassen.

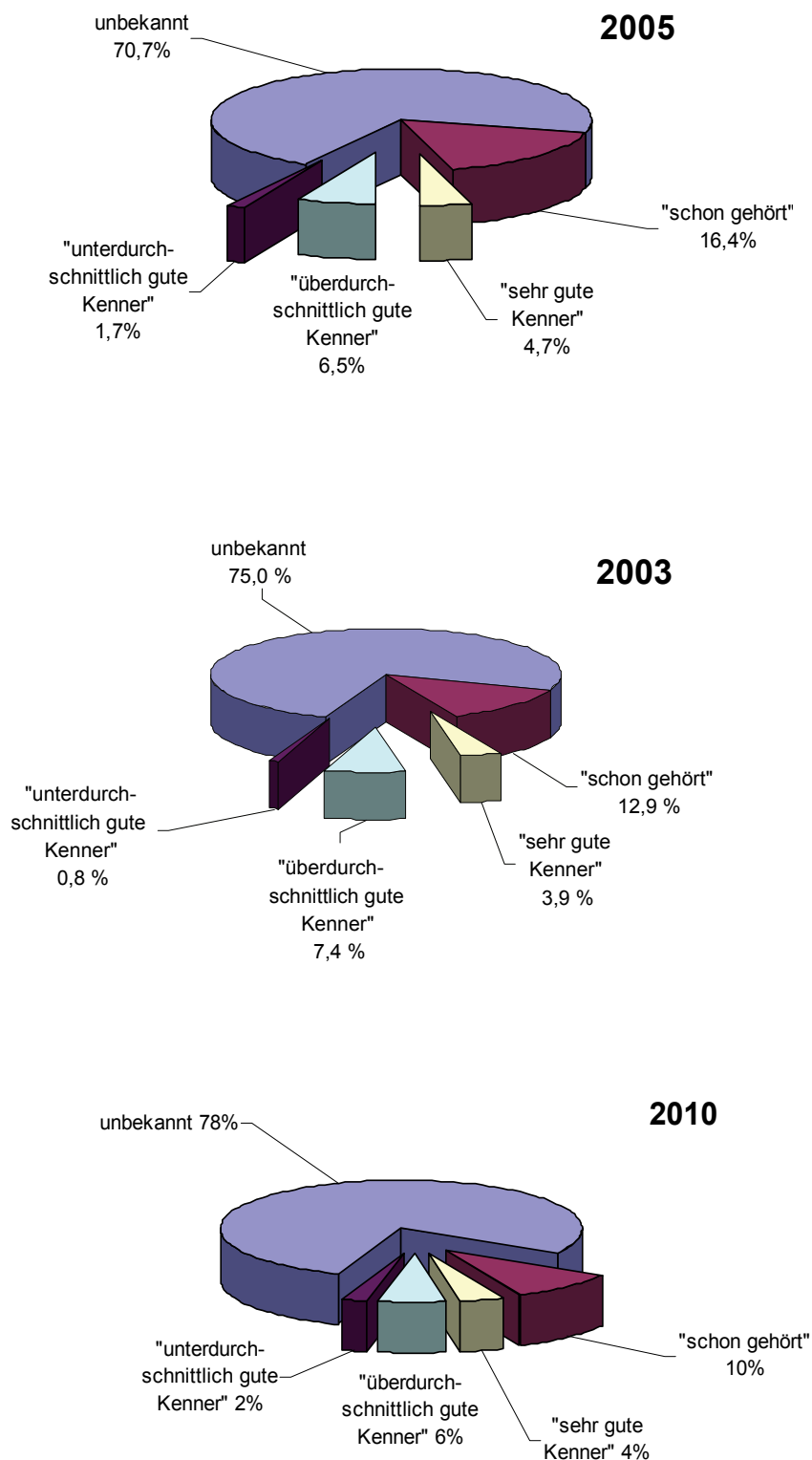


Abbildung 10: Ausdifferenzierung der IPP-Kennerschaft. Basis: alle Befragten. Angaben in %

Somit gestatten der Fragenkatalog und die Selbsteinschätzung nicht nur eine bessere Differenzierung hinsichtlich der Kennerschaft, sondern auch eine Bestimmung derjenigen Kerninhalte von IPP, die für die Mehrzahl der Kenner den zentralen Sinn einer Integrierten Produktpolitik markieren.

Dies sind (erneut) die ganzheitlichen (Lebensweg-)Betrachtungen entlang der ökologischen und ökonomischen Dimension unter Einschluss aller Akteure: Marketing, Vertrieb, Handel, Nutzer sowie Politik.

Unbeschadet dieser Differenzierungen zeigten aber auch 2010 die bisherigen Erfahrungen mit IPP wie auch die Eingangsfragen nach Konzepten des „betrieblichen Umweltschutzes“ erneut, dass in IPP nach wie vor große Potenziale stecken.

5 IPP – bisherige Erfahrungen

Bereits die erste Frage nach dem Interesse an IPP für das eigene Unternehmen machte deutlich, dass IPP aktuell eine größere Beachtung erfuhr wie noch in den Jahren zuvor. Während 2001 von den „Kennern“ etwa 40 % IPP interessant fanden, waren es 2003 nur 34 % und 2005 wiederum ca. 40 %; aktuell interessieren sich 45,5 % für IPP. Außerdem kann positiv hervorgehoben werden, dass nur noch 15,9 % der IPP-Kenner nicht an IPP interessiert sind, eine Verringerung um fast 20 Prozentpunkte gegenüber 2005 (Abbildung 11). Somit gingen dieses Jahr in die weitere Exploration von IPP-Erfahrungen deutlich mehr Personen ein, die Interesse an IPP bekundeten – und deutlich weniger, die nach Gründen für ihr Desinteresse befragt werden mussten.

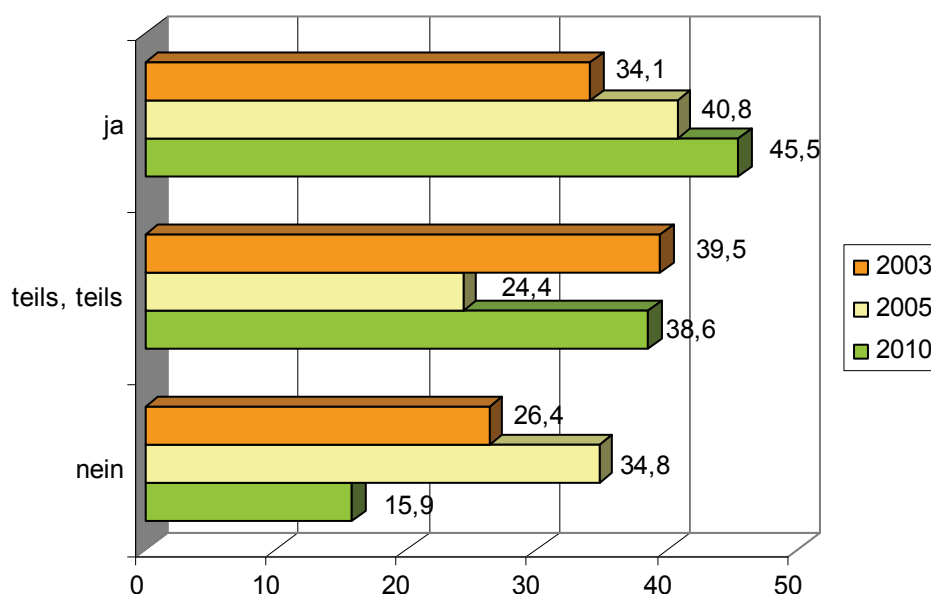


Abbildung 11: Antworten auf die Frage „Ist IPP für Ihr Unternehmen interessant“. Basis: nur „IPP-Kenner“. Angaben in %

Von den Befragten, die sich nach eigenen Angaben zumindest teilweise für IPP interessieren, setzten 2010 nahezu genauso viele wie 2005 IPP auch ein, nämlich 37,8 % (2005: 37,5 %). 54,1 % der Befragten taten dies *gelegentlich* (2005: 51,6 %); bei etwa jedem zehnten Befragten spielte IPP wie auch 2005 offenbar *keine Rolle* – 2003 waren es noch 25,1 % (Abbildung 12). Bezogen auf die Grundgesamtheit war 2001 rund jedes zehnte produzierende Unternehmen in Bayern ein IPP-Anwender; 2003 und 2005 waren es etwa 7 %; aktuell sind es wieder einige mehr: 8,4 %. Die in diesem Jahr insgesamt etwas geringere Bekanntheit des IPP-Begriffs wird also durch den verstärkten Einsatz der an IPP Interessierten mehr als „kompensiert“. Möglicherweise zeichnet sich also hier ein neuer Trend in dem Sinne ab, als mehr Interessierten weniger Desinteressierte gegenüberstehen, und die Interessierten sind solche, die IPP auch deutlich häufiger einsetzen. Auch hier kann vermutet werden, dass sich in Gestalt des

letzteren Personenkreises allmählich ein harter Kern von sehr guten IPP-Kennern, wenn nicht sogar IPP-Überzeugten – auch aus kleineren Unternehmen – herauszubilden beginnt.

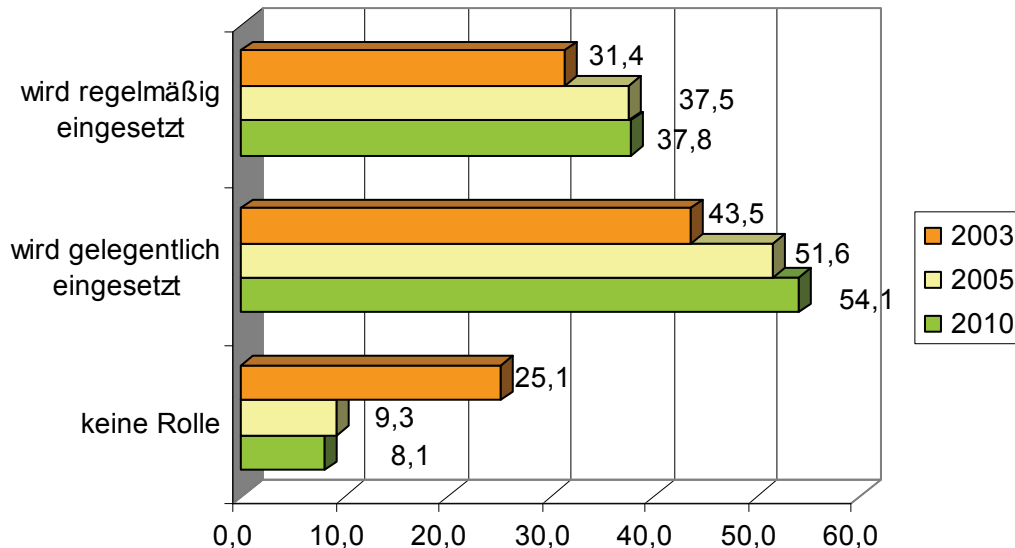


Abbildung 12: Antwort auf die Frage: „Welche Rolle spielt IPP in Ihrem Unternehmen?“. Basis: nur „IPP-Kenner“. Angaben in %

Die Erfahrungen, welche die Anwender bislang mit IPP gemacht haben, wiesen in eine außerordentlich positive Richtung: sie erreichen bei der Kostensenkung und den Marktchancen geradezu Spitzenwerte (Abbildung 13).

Jeder zweite Anwender erwartete mittel- bis langfristig eine *Kostensenkung* in seinem Unternehmen durch IPP (2001: 38,7 %; 2003: 41 %; 2005: 48,2 %); 79,4 % gingen davon aus, dass IPP mittel- bis langfristig die *Marktchancen* des eigenen Unternehmens verbessern wird (2001: 67,6 %; 2003: 72,2 %; 2005: 64 %). Die Zahl derer, die durch IPP eine *Entlastung der Umwelt* sahen, war weiterhin zwar sehr hoch (82,3 %), hat im Vergleich zu 2005 jedoch ein wenig an Boden verloren (2005: 94,3 %). Auch in der aktuellen Untersuchung lagen die Erwartungen der IPP-Anwender deutlich in mittel- bis langfristigen Zeithorizonten. Gleichwohl wurden aber auch vermehrt kurzfristig erzielbare Vorteile gesehen – auch wenn diese im Vergleich zu den langfristigen Vorteilen eher unbedeutend sind.

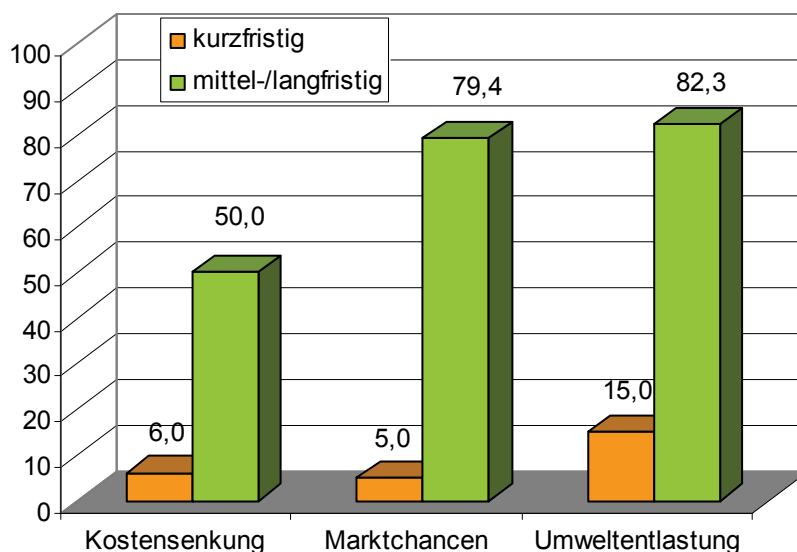


Abbildung 13: Erfahrungen / Erwartungen im Zusammenhang mit IPP. Basis: IPP-Anwender. Angaben in %

Demgegenüber begründete die Gruppe der Nicht-Anwender (ein knappes Viertel der IPP-Kenner und damit deutlich weniger als noch 2005) ihr mangelndes Interesse hauptsächlich damit, dass IPP für das eigene Unternehmen (generell) nicht geeignet sei. Zudem glaubten einige dieser Befragten, IPP sei zu aufwändig (18,2 %) und/oder führe zu keiner Verbesserung ihrer Marktchancen (9,1 %). Insgesamt ist also das Bild, das Anwender und Nicht-Anwender aktuell zeichneten, dem aus den vergangenen Jahren recht ähnlich: Hohe Erwartungen auf der einen, Skepsis auf der anderen Seite – wobei sich aktuell die Erwartungen viel stärker als zuvor auf alle drei Bereiche – Umweltentlastung, Marktchancen und Kostensenkung – bezogen. Skepsis resultierte vor allem daraus, dass die Nicht-Anwender gerade *keine* Erwartungen an IPP richteten – diese Befragten hielten IPP schlicht für ungeeignet oder zu aufwändig für ihre Unternehmen.

6 IPP-Potenzial

Den insgesamt sehr positiven Erfahrungen und Erwartungen der IPP-Anwender entsprachen sehr hohe Zustimmungsquoten, die einzelne IPP-Kernaussagen erfuhren – und dies auch von Befragten, die bislang noch keinerlei Bezug zu IPP hatten. Dies zeigt erneut, dass das Konzept der Integrierten Produktpolitik ausgesprochene „Highlights“ bietet, denen spontan fast jeder zustimmen konnte.

Stärkste Resonanz erfuhren auch dieses Mal die Statements offenbar dann, wenn nachhaltige, ganzheitliche oder kooperative Lösungsansätze zur Disposition standen: So teilten fast 90 % der Befragten die Auffassungen, dass „Hersteller sich mehr denn je mit dem gesamten Lebenszyklus ihrer Produkte auseinander setzen müssen“ (85,1 %), „weitere Fortschritte nur durch die Zusammenarbeit von Wirtschaft, Politik und Konsumenten zu erreichen sind“ (87,6 %) bzw. „bei Produktentwicklern das Bewusstsein für ökologisch nachhaltige Entwicklung geschärft werden muss“ (84,6 %). Viele Befragten waren auch der Meinung, dass die „Produkte nur dann umweltfreundlicher werden, wenn die ganze Branche mitzieht“ (74,9 %) und dass „sich auch der Handel mehr denn je mit dem gesamten Lebenszyklus der Produkte auseinandersetzen muss“ – auch bei diesem Statement war eine Zustimmungsquote von 64,6 % zu verzeichnen.

Dass es *nur* mit *Selbstverpflichtungen der Wirtschaft* und ohne staatliche Regulierungen künftig Fortschritte im Umweltschutz geben werde, war jedoch in der aktuellen Befragung nur bei einem knappen Drittel „zustimmungsfähig“ (31,1 %). Etwa ebenso viele stimmten hier nur „teilweise“ zu (32,4 %), und 36,5 % der Befragten bezweifelte die alleinige Wirkung von Selbstverpflichtungen.

Dass heute *zu viele Interessengruppen bei der Entwicklung von Produkten mitreden* – dies glaubten 54,9 % der Befragten (20 % stimmten hier nicht zu, votierten also für eine breite Beteiligung von Stakeholdern bei der Produktentwicklung). Die Frage, ob die *Herstellern allein* die Entscheidung über die Umweltverträglichkeit ihrer Produkte treffen müssen, wurde von knapp zwei Dritteln (62,4 %) der Befragten bejaht.

33 % der Befragten äußerten sich ablehnend, wenn der *Nutzungsphase* die Hauptschuld an Umweltschäden angelastet wird. Und die Skepsis des Praktikers wurde auch in der aktuellen Untersuchung wach gerufen, wenn Instrumente wie *Ökobilanzen* als einfach im Handling beschrieben wurden; den Praktiker schreckt offenbar nach wie vor die Komplexität dieses (IPP-)Instrumentes: 75,7 % aller Befragten stimmten zu, wenn es heißt: „Es gibt heute zahlreiche betriebliche Instrumente wie Stoffflussmanagement oder Ökobilanzen – nur die meisten sind für die Praxis viel zu kompliziert.“

Allerdings schienen die Befragten 2010 offener für *neue Umweltschutzkonzepte*: 51,9 % widersprachen zumindest teilweise, dass es bereits genügend solcher Konzepte gebe und man daher keine neuen bräuchte. Nach wie vor sahen die Befragten allerdings ein größeres Problem im *Informationsmanagement von Daten*, insbesondere bei umweltrelevanten Daten von zugelieferten Bauteilen (41,9 %). Vergleichsweise unstrittig war auch die (künftige) *Rolle des Verbrauchers*: etwa zwei Drittel der Befragten (67,6 %) waren der Auffassung, dass er sich umweltbewusster verhalten müsse als bisher.

Insgesamt kann mit der Statusanalyse 2010 festgestellt werden, dass die einzelnen Inhalte der Integrierten Produktpolitik von mindestens jedem fünften Befragten positiv eingeschätzt werden, wobei auf Ganzheitlichkeit, Kooperation und nachhaltige Produktentwicklung zielende Statements Zustimmung von fast 90 % aller Befragten erhielten.

7 IPP-Instrumente

Entscheidende Voraussetzung für die Umsetzung von IPP in der Praxis ist (neben dessen Potenzial) auch die Verfügbarkeit geeigneter Instrumente. Wie schon 2001, 2003 und 2005 wurde 2010 erneut nach denselben neun Instrumenten gefragt.

Bei vier dieser neun Instrumente wurde wie schon in den Vorjahren der Bekanntheitsgrad ermittelt. Abbildung 14 zeigt, dass nach wie vor die meisten Befragten die „umweltgerechte Produktgestaltung“ sowie „Ökobilanzen“ kennen. Im Vergleich zur Statusanalyse 2005, bei der nur etwas mehr als die Hälfte Kenntnis von „Umweltmanagementsystemen wie EMAS“ hatten, waren es aktuell schon fast zwei Drittel der Befragten. Auch „Dienstleistungs- und Nutzungskonzepte“ werden offenbar immer bekannter.

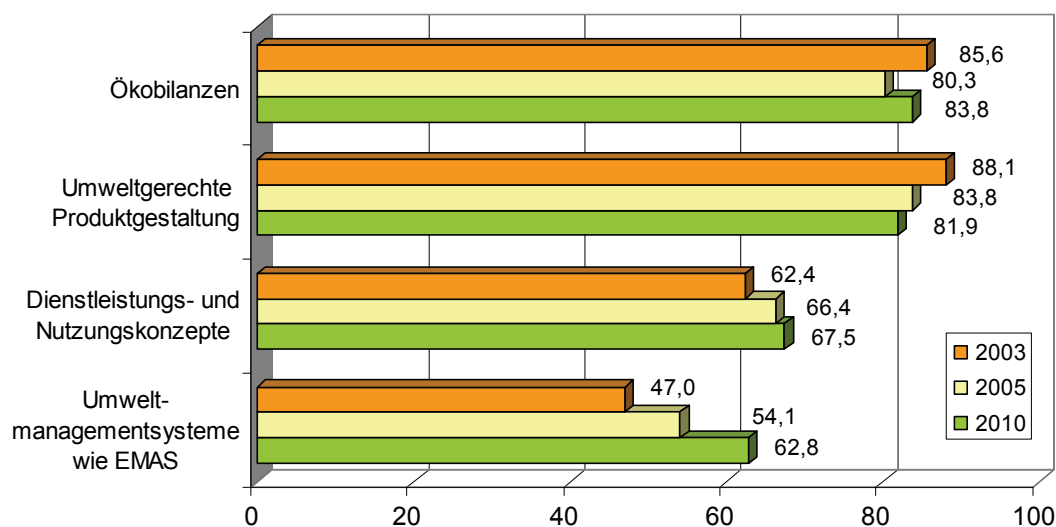


Abbildung 14: Angaben zur Bekanntheit wichtiger Instrumente für IPP. Basis: alle Befragten. Angaben in %

Einsatzhäufigkeit und Art der Erfahrungen, ob gut oder schlecht, waren 2010 sowohl vom Antwortmuster wie auch von den Häufigkeiten her den Ergebnissen der drei Voruntersuchungen sehr ähnlich. Strategien einer umweltgerechten Produktgestaltung und kommunikative Ansätze – sei es *unternehmensintern* oder extern mit *Kunden* – waren klare Spitzenreiter bei der Einsatzhäufigkeit; es folgten Konzepte, die auf *Dienstleistungen und Nutzung, Kooperation entlang der Lieferkette* sowie *Langlebigkeit- und Reparaturfreundlichkeit* setzen. Vergleichsweise selten wurden hingegen *Ökobilanzen* und *EMAS* eingesetzt. Schlusslicht – wie schon in den Jahren zuvor – waren wiederum die *Unternehmensnetzwerke*: Inzwischen werden sie allerdings von etwa einem Drittel der Befragten (34,4 %) zumindest gelegentlich eingesetzt, während 2005 nur jeder Fünfte (19,8 %) von Erfahrungen mit diesem IPP-Tool berichten konnte.

Die vergleichsweise wenigen Anwender dieses Instrumentes hatten aber mit den „Unternehmensnetzwerken“ durchgängig gute Erfahrungen gemacht, so dass die Netzwerke mit über 70 % auf der Rangreihe „guter Erfahrungen“ den dritten Platz belegten – nach der *unternehmensinternen Kommunikation* (74,9 %) und *EMAS* (73,1 %). Überwiegend gute Erfahrungen wurden auch mit der *umweltgerechten Produktgestaltung* gemacht (70,7 %), mit Strategien der *Langlebigkeit und Reparaturfreundlichkeit* (67,9 %) sowie mit der *Kundenintegration* (64,8%).

Etwas weiter abgeschlagen, aber durchaus noch auf günstigem Zufriedenheits-Niveau, lagen die *Dienstleistungs- und Nutzungskonzepte* (60 %), *Kooperationen in Umweltfragen entlang der Lieferkette* (55 %) sowie *Ökobilanzen* (54,8 %). Letztere waren bereits in den Voruntersuchungen das Schlusslicht: Wegen ihrer Kompliziertheit kamen sie nur vergleichsweise selten zum Einsatz und selbst dann waren die Anwender offenbar nicht immer zufrieden (4 % berichteten von „schlechten Erfahrungen“; 38,1 % schienen mit den Ergebnissen nur „teilweise“ zufrieden; 54,8 % machten allerdings „gute Erfahrungen“).

8 Stoffflussmanagement

Nach weit verbreiteter Auffassung ist Stoffflussmanagement (SFM) das wohl wichtigste Instrument der IPP. Aus diesem Grund wurde diesem Instrument erneut eine eigene Fragenbatterie gewidmet. Das Ergebnis: SFM hat in der aktuellen Befragung wieder an Bekanntheit gewonnen: War in der Untersuchung von 2005 noch ein leichter Rückgang gegenüber 2003 und 2001 festzustellen, hat 2010 wieder eine Entwicklung hin zu größerer Bekanntheit stattgefunden. So ist aktuell der Anteil der „Kenner“ wieder bei 23,4 % (2005: 21,3 %). Insgesamt lässt sich festhalten, dass SFM zwar bekannter ist als IPP, aber auch dieses Instrument immer noch weit davon entfernt ist, in aller Munde zu sein. Gleichwohl ist der Anteil der Nicht-Kenner mit aktuellen 65,5 % deutlich über dem Niveau von 2001, als noch 70,3 % angaben, ihnen sei SFM unbekannt. Das bedeutet: während mit IPP etwa jede zehnte Führungskraft der produzierenden Wirtschaft Bayerns etwas anzufangen weiß, gehört das Thema „Stoffflussmanagement“ bei mehr als jedem fünften Leistungsträger zum festen Repertoire.

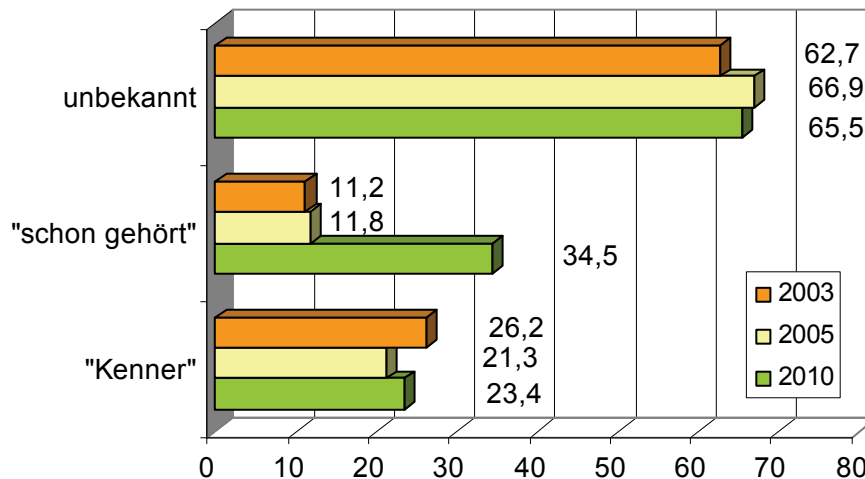


Abbildung 15: Bekanntheit von SFM. Basis: alle Befragten. Angaben in %

Es überrascht allerdings wenig, dass sich die Kenner erneut aus großen Unternehmen und hier vor allem aus den Umweltabteilungen und der Geschäftsführung rekrutierten. Bei den Branchen sind wiederum besonders stark die Gruppen 3 und 4 vertreten, Metall (Kenner: 27,3 %) und Chemie (28,8 %) – besonders stark gewonnen hat 2010 die Gruppe 5 Ernährung: Hier gab es dieses Jahr mehr Kenner als je zuvor (42,6 %; 2005 waren es nur 12,3 % Kenner); deutlich zugewonnen hat aber auch die Gruppe 6 Verlag, Druck, Papier: aktuell wussten 19,6 % mit dem Begriff SFM etwas anzufangen, 2005 waren es nur 5,9 %.

„Verloren“ haben demgegenüber (Berg-)Bau, Steine, Glas (14,2 % Kenner) sowie Maschinenbau (12,8 %) und Elektrotechnik (19,7 % Kenner). Es bleibt also im Großen und Ganzen die Rangfolge erhalten und dies auf einem insgesamt leicht verbessertem Niveau – allerdings gibt es auch „Gewinner“ und „Verlierer“. Es wäre natürlich interessant, über die Gründe näheren Aufschluss zu bekommen, insbesondere bei den Zugewinnen in der Papierindustrie sowie Ernährungswirtschaft; mit der vorliegenden quantitativen Datengrundlage ist dies aber nicht möglich.

Die Begriffs-Erläuterungen seitens der „Kenner“ lassen sich wiederum zu drei schon bekannten Themenbereichen bündeln. Im Vordergrund steht hierbei erneut das „Erfassen von Stoffflüssen“. Gut jeder zweite „Kenner“ präzierte den Begriff, sei es dass er auf die Analyse des Input und des Output abstellte, oder auf die der Materialflüsse, der Energieströme oder der Rohstoffe. Hierzu einige Beispiele:

„Alle Rohstoffzukaufe, Betriebsstoffe, Verpackungen, Energien, die hinzukommen; alles, was 'hinten rauskommt', sprich Abwasser, Abgas, Lärm etc.; Einweg- oder Mehrwegprodukte; dass alles einbezogen wird.“ (Int. 72; Lfd. 279)

„Erfassung des Produktes vom Rohmaterial bis zum fertigen Produkt und die aufgewendete Energie.“ (Int.48; Lfd. 188)

An zweiter Stelle folgten Nennungen, die das „Lenken bzw. Steuern von Stoffflüssen“ thematisierten, sei es im Sinn eines Materialfluss-Managements, der Organisation der Stoffströme oder des Lenkens von Stoffen unter Umweltgesichtspunkten.

„Dass die eingesetzten Stoffe richtig gelenkt werden und niedrigerer Ausschuss sowie mehr Recycling möglich ist.“ (Int. 95; Lfd. 343)

„Management von Gewinnung der Rohstoffe, einzelner Verarbeitungsschritte, z.B. eventuelle Wiederverwertung.“ (Int. 49; Lfd. 189)

Das dritte Themenfeld betraf wiederum Nennungen zum Bereich Ressourcenschonung. Hier standen „Recycling“, „Abfallvermeidung“ oder „ökologische Optimierung des Ressourceneinsatzes“ im Vordergrund (Abbildung 16).

„Entsprechende Gedanken zu Stoffen, chemischen Grundsubstanzen machen; sich informieren über die Auswahl der Produkte; wählen, welche am wenigsten umweltgefährdend sind.“ (Int. 31; Lfd. 137)

„Stoffströme unter Umweltgesichtspunkten optimieren; bei Rohstoffen optimieren; in welchem Werk optimal verarbeiten, nicht kreuz und quer durch Europa transportieren.“ (Int. 54, Lfd. 197)

Einige wenige Einzelnennungen lassen auch auf skeptische Einstellungen dem SFM gegenüber schließen: „Sehr viel Bürokratie“ oder: „Viel Arbeit. Kein großes Thema, wenig Planung, Analyse, noch viel Optimierungspotenzial; in Unternehmen alles organisch gewachsen, deswegen problematisch“.

Insgesamt zeigen die Nennungen zum Thema SFM, dass die Befragten der produzierenden Wirtschaft ganz überwiegend sehr dezidierte Positionen diesem Thema gegenüber einnehmen.

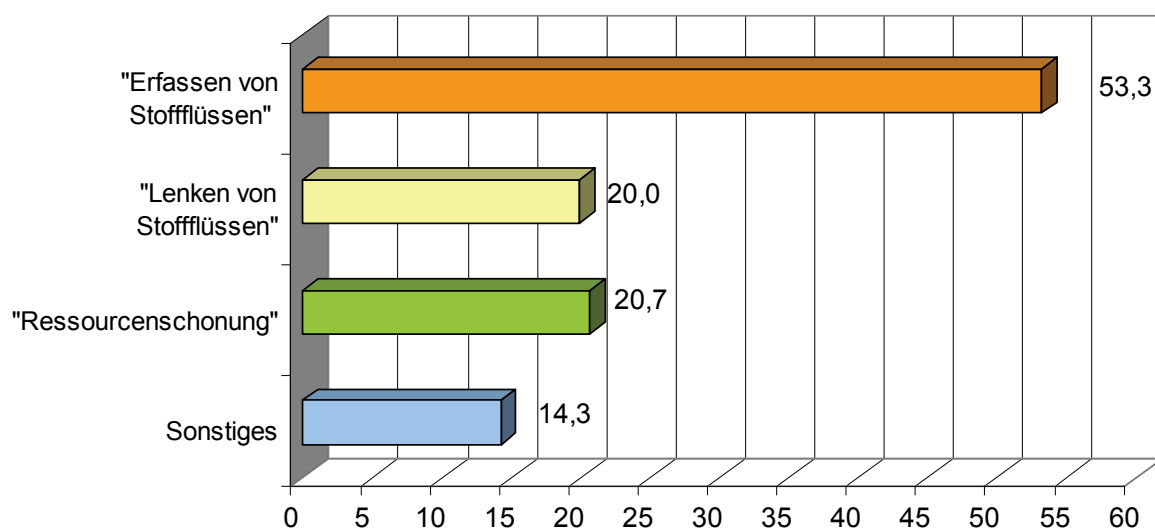


Abbildung 16: Häufigste Nennungen auf die Frage: „Was verbinden Sie persönlich mit Stoffstrom-Management?“. Basis „SFM-Kenner“. Angaben in %

Die „Kenner“ wurden darüber hinaus befragt, ob Stoffflussmanagement (SFM) für ihr Unternehmen interessant ist.

Abbildung 17 zeigt die Antworten: Während sich 2001 gut die Hälfte der befragten Kenner für SFM interessierte und 2003 ein leichter Einbruch zu verzeichnen war, wurde 2005 sogar der „Höchststand“ von 2001 übertroffen. Aktuell kann dieser Wert erneut bestätigt werden und ist mit 57,5 % sogar gegenüber 2005 noch um 2 Prozentpunkte gestiegen. Umgekehrt ist die Zahl der Desinteressierten wieder auf 18,9 % gesunken (2005: 24,4 %).

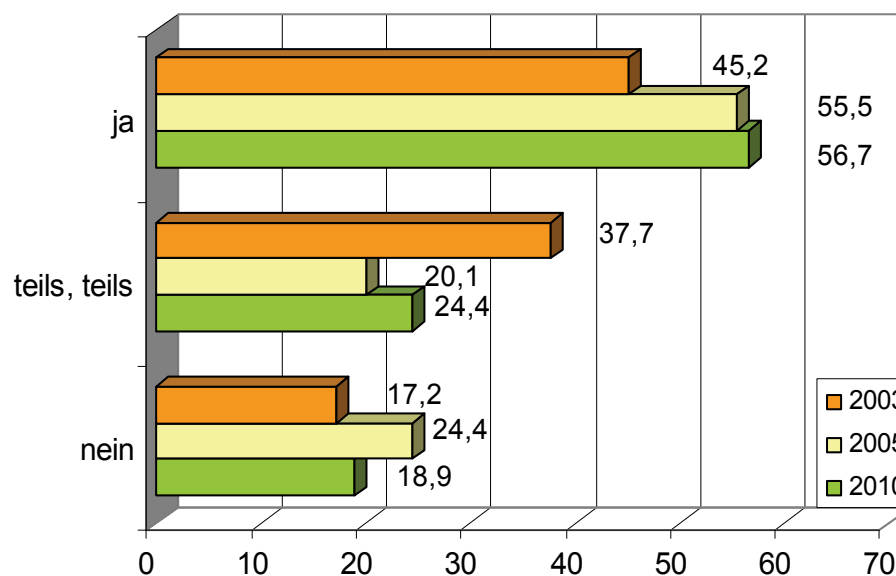


Abbildung 17: Antworten auf die Frage „Ist SFM für Ihr Unternehmen interessant?“ Basis: nur „SFM-Kenner“. Angaben in %

Trotz dieser erfreulichen Entwicklungen setzt – bezogen auf alle Befragten – die Mehrheit SFM (wie auch IPP) in der Praxis nicht ein. Gleichwohl zeigt sich auch hier, dass unter den Kennern das Interesse an SFM mit einer größeren Bereitschaft korreliert, SFM auch *regelmäßig* einzusetzen: aktuell tun dies nämlich 52,3 %; weitere 46,5 % setzen es *gelegentlich* ein; nur 1,2 % gaben an, SFM spiele in ihrem Unternehmen *keine Rolle*. Auch diese Werte wurden bislang so noch nie erreicht.

Im Hinblick auf die Erwartungen an SFM gilt Folgendes: Die Unternehmen äußerten sich sehr zuversichtlich sowohl über Kostensenkungspotenziale und Verbesserungen der Marktchancen als auch über Möglichkeiten, die Umwelt zu entlasten: Kostensenkungen im eigenen Unternehmen wurden von fast 85 % der Anwender erwartet („ja“ 43,1 %, „teils, teils“ 41,7 %); eine Verbesserung der Marktchancen galt etwa zwei Dritteln der Befragten als realistisch („ja“ 38,9 %, „teils, teils“ 18,1 %); die große Mehrheit („ja“ 70,8 %, „teils, teils“ 15,3 %) rechnete mit Entlastungen der Umwelt durch SFM (Abbildung 18). Auch hier scheint sich also ein ähnlicher Trend abzuzeichnen, wie er schon bei IPP zu beobachten war: Die Interessierten setzen diese Instrumente aktuell häufiger ein – und der Einsatz erscheint auch deutlich Erfolg versprechender.

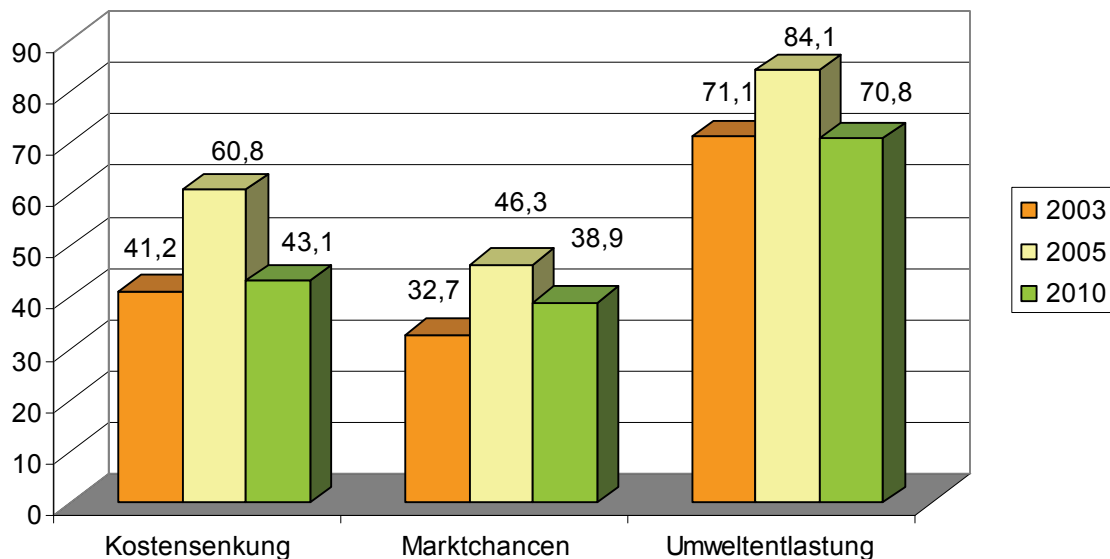


Abbildung 18: Anteil der Befragten, die auf die Frage nach den im Zusammenhang mit Stoffflussmanagement erwarteten Effekten mit „ja“ antworten. Basis: SFM-Anwender. Angaben in %

Gleichwohl gibt es auch Skeptiker – solche, die SFM generell für uninteressant halten (18,9 % der SFM-Kenner), und solche, bei denen dieses Instrument im Unternehmen trotz Interesse (noch) keine Rolle spielt (1,4 %). Die hierfür genannten Gründe waren – genau wie bei IPP – weit weniger vielfältig, als dies in den früheren Untersuchungen von 2001 und 2003 noch der Fall war: 64 % der Befragten aus dieser Gruppe führten an, dass SFM *ungeeignet* sei für ihr Unternehmen; *zu aufwändig* wurde von 44 % genannt. Weitere Gründe für den Nicht-Einsatz waren die Sorge, keinerlei *Kostensenkung* (38 %) bzw. keine besseren *Marktchancen* (27 %) realisieren zu können – *fehlende Umweltentlastung* nannten 22 % der Skeptiker.

9 Fazit

Mit dieser vierten Statusuntersuchung des Bekanntheits- und Umsetzungsgrades von IPP und SFM rundet sich das Bild ab.

Der Anteil an Unternehmen, die durch Rücksendung des Fax-Antwortformulars ihr besonderes Interesse an „neuen Ansätzen im betrieblichen Umweltschutz“ bekundeten, ist weiter zurückgegangen. Dies deckt sich mit Erfahrungen des bifa aus anderen Bereichen: Auf produzierenden Unternehmen in Deutschland lastet erheblicher Konkurrenz- und Kostendruck. Für Ansätze, die außerhalb der Kernaktivitäten der Unternehmen liegen, bleibt immer weniger Zeit. Im betrieblichen Alltag ist die Umsetzung kurzfristig wirksamer Maßnahmen unerlässlich. Für längerfristige strategische Ansätze wie IPP reichen die verfügbaren Kapazitäten vielfach nicht mehr aus. Dies wirkt sich natürlich auch auf die Bereitschaft zur Teilnahme an Umfragen aus.

Die Zahl derer, die nach eigenen Angaben schon einmal von IPP gehört haben, ging in den vergangenen fünf Jahren von 29,3 auf 21,1 % deutlich zurück. Betrachtet man jedoch die Gruppe der „IPP-Kenner“, also derjenigen Personen, die auch auf Nachfrage in der Lage waren, konkrete Vorstellungen zu äußern, so relativiert sich der gesunkene Bekanntheitsgrad gegenüber 2005 wieder. Dennoch zeichnet sich der bisher schlechteste Wert der „IPP-Kennerschaft“ seit Beginn der Befragung ab. Auch 2010 muss somit festgestellt werden, dass der Begriff IPP einer großen Mehrheit nach wie vor unbekannt geblieben ist.

Erfreulich ist hingegen eine sich abzeichnende Diffusion des IPP-Konzepts in die eher betriebswirtschaftlich geprägten Bereiche Marketing und Vertrieb sowie Geschäftsführung. Eine deutliche Steigerung ist auch bei der Gruppe der „Sonstigen“ zu verzeichnen, die vor allem aus dem Qualitätsmanagement und der Arbeitssicherheit stammen. Nach wie vor bleibt IPP aber ein Thema für Spezialisten insbesondere aus dem Bereich Umwelt und Abfall. Etwas verändert hat sich die bislang starke Dominanz der Mitarbeiter großer Unternehmen unter den „sehr guten“ IPP-Kennern. Zwar stellen sie immer noch die überwiegende Mehrheit, doch holen diese IPP-Kenner in kleinen Unternehmen mittlerweile deutlich auf: von 7,4 % (2005) auf 23,1 % (2010). Eine Polarisierung zwischen Anwendern und Skeptikern, die sich in der vergangenen Statusanalyse abzuzeichnen schien, kann aktuell – sowohl für IPP als auch für SFM – aber nicht bestätigt werden. Vielmehr äußerte sich die Mehrheit der Anwender eindeutig positiv oder konnte zumindest von „zum Teil“ erfüllten Erwartungen berichten. Wenn sich also die Unternehmen für den Einsatz dieser Instrumente entschieden haben, dann profitieren sie in aller Regel auch davon. Die Gründe für den Nichteinsatz liegen daher nicht in enttäuschten Erwartungen, sondern vor allem in der mangelnden Bekanntheit und Vertrautheit mit diesen Konzepten und in der Meinung, dass IPP und SFM für das Unternehmen nicht geeignet und/oder zu aufwändig seien.

Auch in der aktuellen Untersuchung erwarteten sich die IPP-Anwender vor allem langfristige Vorteile wie Kostensenkungen, bessere Marktpositionen oder Entlastungen der Umwelt. Vermehrt wurden nun aber auch kurzfristig erzielbare Vorteile gesehen – diese sind jedoch im Vergleich zu den langfristigen weit weniger bedeutsam und eignen sich daher auch weniger, um Unternehmen für den Einsatz von IPP zu gewinnen.

Die Ergebnisse weisen auch darauf hin, dass sich ein „harter Kern“ von IPP-Interessierten herausgebildet hat. Diesen Kreis gilt es weiter zu stabilisieren. Das mühsame Geschäft der Mobilisierung neuer IPP-Interessenten sollte daher unvermindert fortgesetzt werden. Dies gilt insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen. Die hohe Zustimmung zu IPP-Kernaussagen zeigt, dass das Potenzial hierzu nach wie vor außerordentlich groß ist.

bifa Umweltinstitut GmbH

Am Mittleren Moos 46

86167 Augsburg

Tel. +49 821 7000-0

Fax. +49 821 7000-100

www.bifa.de