

Nachhaltige Produkte im Garten-Fachhandel positionieren

G. Hüfing, et al.

Berichte aus Energie- und Umweltforschung

3a/2009

Impressum:

Eigentümer, Herausgeber und Medieninhaber:
Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie
Radetzkystraße 2, 1030 Wien

Verantwortung und Koordination:
Abteilung für Energie- und Umwelttechnologien
Leiter: DI Michael Paula

Liste sowie Bestellmöglichkeit aller Berichte dieser Reihe unter <http://www.nachhaltigwirtschaften.at>

Nachhaltige Produkte im Garten-Fachhandel positionieren

DI Gerda Hüfing, DI Manfred Pendl,
Mag. Bernadette Pokorny, Mag. Elisabeth Tangl,
DI Ingrid Tributsch, Sibylle Unger,
Mag. Barbara Fuchshuber
Verband Wiener Volksbildung - "die umweltberatung"

Gabriele Stutz, Nikolaus Doderer BSc, MSc
Mag. Nikolaus Thaller
Bellaflora

Wien, Jänner 2009

Ein Projektbericht im Rahmen der Programmlinie



Impulsprogramm Nachhaltig Wirtschaften

Im Auftrag des Bundesministeriums für Verkehr, Innovation und Technologie

Vorwort

Der vorliegende Bericht dokumentiert die Ergebnisse eines Projekts aus der Programmlinie FABRIK DER ZUKUNFT. Sie wurde im Jahr 2000 vom Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie im Rahmen des Impulsprogramms Nachhaltig Wirtschaften als mehrjährige Forschungs- und Technologieinitiative gestartet. Mit der Programmlinie FABRIK DER ZUKUNFT sollen durch Forschung und Technologieentwicklung innovative Technologiesprünge mit hohem Marktpotential initiiert und realisiert werden.

Dank des überdurchschnittlichen Engagements und der großen Kooperationsbereitschaft der beteiligten Forschungseinrichtungen und Betriebe konnten bereits richtungsweisende und auch international anerkannte Ergebnisse erzielt werden. Die Qualität der erarbeiteten Ergebnisse liegt über den hohen Erwartungen und ist eine gute Grundlage für erfolgreiche Umsetzungsstrategien. Anfragen bezüglich internationaler Kooperationen bestätigen die in FABRIK DER ZUKUNFT verfolgte Strategie.

Ein wichtiges Anliegen des Programms ist es, die Projektergebnisse – seien es Grundlagenarbeiten, Konzepte oder Technologieentwicklungen – erfolgreich umzusetzen und zu verbreiten. Dies soll nach Möglichkeit durch konkrete Demonstrationsprojekte unterstützt werden. Deshalb ist es auch ein spezielles Anliegen die aktuellen Ergebnisse der interessierten Fachöffentlichkeit zugänglich zu machen, was durch die Homepage www.FABRIKderZukunft.at und die Schriftenreihe gewährleistet wird.

Dipl. Ing. Michael Paula
Leiter der Abt. Energie- und Umwelttechnologien
Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie

1	Kurzfassung	1
	Abstract	2
2	Einleitung	3
2.1	Allgemeine Einführung in die Thematik	3
2.2	Beschreibung der Vorarbeiten zum Thema	4
2.3	Schwerpunkte der Arbeit	5
2.4	Einpassung in die Programmlinie	5
2.5	Kurzbeschreibung des Aufbaus des Endberichtes	6
3	Ziele des Projekts	7
4	Inhalte des Projekts	8
4.1	Methoden und Daten	8
4.2	Beschreibung des Standes der Technik	10
4.3	Innovationsgehalt des Projekts	11
5	Ergebnisse des Projekts	12
5.1	Recherche und Ist-Stand-Analyse des österreichischen Marktes für nachhaltige Gartenprodukte	12
5.1.1	Labels & Kontrollmechanismen	12
5.1.2	Kriterien und Bewertung der Produkte	22
5.1.3	Bewertung nachhaltiger Gartenprodukte von "die umweltberatung"	23
5.1.4	Produkt- und Firmenlisten	30
A)	Produktliste	30
B)	Firmenliste der ProduzentInnen und Handelsfirmen	34
5.1.5	Sortimentliste	35
A)	Gartengeräte	37
B)	Gartenmöbel	41
C)	Gartenzubehör	44
D)	Naturschutzprodukte	52
E)	Saatgut und Pflanzen	53
F)	Pflanzenschutz	54
G)	Pflanzenstärkung und Dünger	56
H)	Substrate	58
5.1.6	Nachhaltige Gartenprodukte, die im Handel schwer erhältlich sind	62
5.1.7	Innovative nachhaltige Gartenprodukte, die am österreichischen Markt fehlen	64
5.1.8	Umsetzungskonzept für Projektpartner bellaflora	65
5.2	Online-Leitfaden für die erfolgreiche Vermarktung und Einführung von nachhaltigen Produkten im Garten-Fachhandel	66
6	Detailangaben in Bezug auf die Ziele der Programmlinie	68
6.1	Beitrag zum Gesamtziel der Fabrik der Zukunft	68
6.2	Einbeziehung der Zielgruppen	69
6.3	Verbreitungs- bzw. Umsetzungspotenzial	70
7	Schlussfolgerungen zu den Projektergebnissen	70
8	Ausblick/Empfehlungen	71
9	Quellenverzeichnis	73
10	Anhang	75

1 Kurzfassung

Hausgärten, Terrassen sowie Balkone stellen einen wichtigen Naherholungsraum dar, der immer mehr an Bedeutung zunimmt. Die Haushaltsausgaben für Gartenprodukte steigen in Österreich stetig an. Im Jahr 2007 betrugen sie rund 670 Millionen €. Die Gartenbranche ist ein Wirtschaftsbereich, der in großem Ausmaß zur Umweltbelastung beiträgt. Die Produkte für eine nachhaltige Gartenpflege sind häufig unbekannt, schwer erhältlich oder im Gartenfachhandel undeutlich deklariert. Die Verbesserung des Angebots an nachhaltigen Gartenprodukten birgt große Umsatzpotenziale für den Handel und noch größere Vermeidungspotenziale für die Umwelt.

Ziel des Projekts „Nachhaltige Produkte im Garten-Fachhandel positionieren“ ist die Entwicklung erfolgreicher Vermarktungsstrategien für nachhaltige Gartenprodukte. Nachhaltige Gartenprodukte sollen aus der Öko-Nische geholt und der Marktanteil gesteigert werden. Eine Verbesserung des Angebots und eine Erweiterung des Sortiments nachhaltiger Produkte im Garten-Fachmarkt werden angestrebt. Durch einfache und leicht verfügbare Einkaufsmöglichkeiten soll nachhaltigkeitsrelevantes Verhalten für KonsumentInnen ermöglicht werden. Durch eine vermehrte nachhaltige Gartenbewirtschaftung werden die Umweltbelastungen reduziert und in weiterer Folge die Lebensqualität erhöht. Das Projekt dient als Impulsgeber für den Gartenfachhandel, das Sortiment an nachhaltigen Produkten zu erweitern und durch geeignete Vermarktungsstrategien den Umsatz ökologischer Gartenprodukte zu erhöhen.

In einem ersten Schritt wurden die relevanten Labels und deren **Kriterien** recherchiert und dokumentiert. Die unterschiedlichen, für österreichische KundInnen relevanten **Vermarktungsformen** von nachhaltigen Gartenprodukten wurden ermittelt und dargestellt. An Hand von **Best-Practice-Beispielen** wurden erfolgreiche Vermarktungsstrategien von nachhaltigen Produkten aus dem deutschsprachigen Raum recherchiert und beschrieben. Kaufargumente und Kommunikationswege sowie Marketingstrategien und Vermarktungsformen für nachhaltige Produkte im österreichischen Garten-Fachhandel wurden zusammengestellt.

Ein optimaler **Sortimentkatalog** sowie eine **Produktliste** mit rund 760 nachhaltigen Gartenprodukten wurden erstellt. Die Ergebnisse wurden in einem „**Leitfaden für die erfolgreiche Vermarktung und Einführung von nachhaltigen Produkten im Garten-Fachhandel**“ zusammengefasst.

Mit einem österreichischen Projektpartner aus dem Garten-Fachhandel (bellaflora) wurde ein Umsetzungskonzept für die verstärkte Vermarktung nachhaltiger Gartenprodukte erarbeitet.

Die im Rahmen des Projektes erarbeiteten Ergebnisse fördern den Kauf von nachhaltigen Gartenprodukten und tragen zur Reduktion der Umweltbelastungen bei.

Abstract

House gardens, terraces as well as balconies are essential local recreation areas of growing importance. The amount of household expenses spent on gardening products increased by 22 % since 2002 and added up to around 670 million € in 2007.

Gardening is an economic sector that poses substantial threat to the environment. Sustainable gardening products are commonly unknown to customers, difficult to obtain or insufficiently labelled.

Improving the supply of sustainable gardening products not only brings along a potentially higher volume of sales but also implies a high potential for the prevention of environmental impacts/threats.

The aim of the project “Positioning sustainable products in garden centres” is to develop a successful marketing strategy for sustainable gardening products. It is intended to move **sustainable gardening products out of the eco-niche and give them a bigger share on the market** by increasing and diversifying their supply by garden centres. At the same time sustainable behaviour of consumers will be promoted by taking into consideration the motifs for purchase and lifestyle issues. Increasing the sustainable management of gardens will **reduce environmental impacts and improve the quality of life** respectively. The concept is intended as an **impetus for retailers selling gardening products to expand the assortment of sustainable products** and increase their sales volume by introducing appropriate marketing strategies.

In a first step relevant labels and their corresponding criteria were researched and documented.

Different channels of sale relevant for Austrian consumers were investigated and illustrated. Successful marketing strategies for sustainable gardening products in German speaking countries were presented as best practice examples. Based on the results of this market analysis and a desk research optimum shopping arguments and paths of communication as well as optimized marketing strategies and structures of retailing for sustainable gardening products were developed.

An optimum assortment catalogue was created listing around 760 sustainable gardening products.

The **results** were summarized in the **guidelines for the successful implementation of the introduction/enhancement of the supply of sustainable products in Austrian garden centres**.

Together with one Austrian gardening centre chain (Bellaflorea) as project partner an implementation concept for the increased commercialisation of sustainable gardening products was developed.

The results of this project will facilitate the choice of sustainable garden products by consumers and thereby reduce environmental pollution.

2 Einleitung

2.1 Allgemeine Einführung in die Thematik

Der Gartenbereich ist ein Wirtschaftsfaktor mit zunehmender Bedeutung. Der private Grünbereich im Garten, auf Balkon und Terrasse ist ein wichtiger Naherholungsraum und trägt deutlich zur Erhöhung der Lebensqualität bei. Der grüne Lebensraum liegt voll im Trend und gewinnt immer mehr an Bedeutung.

2,2% der Flächen Österreichs sind Gartenland, dies entspricht einer Fläche von ca. 184.500 ha (1). Allein in Niederösterreich gibt es 326.000 GartenbesitzerInnen. Ganz Europa betrachtend gibt es mehr als 47 Millionen Gärten und ca. 86 Millionen Haushalte besitzen Zimmer- oder Balkonpflanzen (2). Das Marktpotenzial im Gartenbereich ist viel versprechend. So belegen Studien in Deutschland, dass bei gleichzeitiger Kaufzurückhaltung in vielen Bereichen der Wirtschaft die Erholung im eigenen Garten oder Balkon an Bedeutung zunimmt („Cocooning“ bzw. „Homing“ (3)) und die VerbraucherInnenausgaben in diesem Bereich deutlich steigen.

Laut RegioPlan Consulting ist das Marktvolumen für Gartenbedarf seit 2002 um rund 27 % auf knapp 670 Mio. € im Jahr 2007 gestiegen. Die durchschnittlichen Ausgaben pro Haushalt und Jahr belaufen sich für den gesamten Gartenbedarf auf 191,5 Euro. Seit 2002 sind die Haushaltsausgaben im Gartenbereich um rund 22 % gestiegen. Die Ausgaben für Gartengeräte sind mit 31 % am höchsten gestiegen, gefolgt von den Ausgaben für Pflanzen mit 25 %. Pro Haushalt gaben die ÖsterreicherInnen 2007 rund 90 € für Zier und Gartenpflanzen und 37 € für Gartengeräte aus. Rund 35 € wurden für Mittel zur Gartenpflege wie Erden, Samen oder Düngemittel ausgegeben. Für Gartenmöbel wurden 27 € ausgegeben. Der Anteil nachhaltiger Gartenprodukte am Gesamtumsatz für Gartenbedarf wurde nicht erhoben.

Eine nachhaltige, ökologische und Ressourcen schonende Gartenbewirtschaftung ist die Grundlage für die Erhöhung der Lebensqualität, Bewahrung eines gesunden Bodens, sauberen Wassers und guter Luftqualität. Natur- und Umweltschutz beginnt zu Hause vor der eigenen Haustür.

Die Pflege der Grünbereiche ist jedoch häufig wenig nachhaltig und trägt zur Umwelt- und Klimabelastung bei. Es sind jedoch bereits viele ökologische und nachhaltige Produkte für den Grünraum am Markt. Leider sind der Bekanntheitsgrad und das Wissen über diese Produkte bei den KonsumentInnen noch unzureichend. Zusätzlich sind nachhaltige Gartenprodukte schwer erhältlich oder im Gartenfachhandel undeutlich deklariert.

¹ Stand 1. Jänner 2005, Statistik Austria

² K+S Information 4/2003

³ Megatrend nach Faith Popcorn. Der Mensch hüllt sich in einen Kokon, er kapselt sich ein und nutzt die eigene Wohnung vermehrt als Lebens-, Einkaufs- und Arbeitswelt. Dieses Verhalten fördert die Informationsbeschaffung und den Konsum über elektronische Medien.

Lange Transportwege belasten Umwelt und Gesundheit. Das Klima an den Produktionsstätten entspricht selten den österreichischen Klima- und Bodenbedingungen, wodurch große Probleme beim Wachstum durch Frosthärte, Bodenansprüche und Schädlingsanfälligkeit entstehen können. Durch das Angebot von biologischem Saatgut und Pflanzen aus der Region bzw. Österreich werden Umweltbelastungen vermieden und regionale Arbeitsplätze erhalten.

Bei einer niederösterreichischen Studie gaben alle befragten HausgärtnerInnen an, Mittel zur Bodenverbesserung zu verwenden (4). Boden und Grundwasser werden mit deutlich überhöhten Dünger- und Pestizidgaben belastet (5). Es wurden in Privatgärten zum Teil höhere Werte von Pestiziden und Giftstoffen gemessen, als in landwirtschaftlichen Flächen mit intensiver Bewirtschaftung. Ebenso belasten chemische und mechanische Pflanzenschutzmittel die Gartenwelt. Laut einer Studie durch IMAS INTERNATIONAL im Auftrag des Umweltbundesamts Wien haben im Jahr 1999 35% der befragten Bevölkerung Schädlingsbekämpfungsmittel im Haus- und Gartenbereich eingesetzt. Der vermehrte Einsatz von biologischen Pflanzenschutzmitteln und Pflanzenstärkungsmitteln ist eine nachhaltige und umweltschonende Alternative.

Im Gartenfachhandel sind bereits einige nachhaltige und ökologisch unbedenkliche Produkte vorhanden. Leider sind diese Waren häufig noch Nischenprodukte, die den KonsumentInnen wenig bekannt sind. Zu bestimmten Produktgruppen fehlen nachhaltige Alternativen im Gartenfachhandel. Ideen für innovative nachhaltige Gartenprodukte sind durch dieses Projekt entstanden.

Unter nachhaltigen Gartenprodukten versteht die Antragstellerin Produkte, die auf Grund ihrer umweltschonenden, energiearmen Herstellung und/oder Ressourcen schonenden Beschaffenheit bzw. umweltfreundlichen Entsorgung eine deutliche Verbesserung gegenüber konventionellen Produkten darstellen.

2.2 Beschreibung der Vorarbeiten zum Thema

- In rund 170 000 Beratungsgesprächen pro Jahr erhält "die umweltberatung" einen Überblick über den Bewusstseinsstand der Bevölkerung und die Hindernisse, die dem nachhaltigen Konsum im Weg stehen. Die MitarbeiterInnen von "die umweltberatung" kennen aufgrund ihrer langjährigen Beratungsarbeit die Wünsche und Bedürfnisse der KonsumentInnen. Ein Themenschwerpunkt der Beratungstätigkeit ist die Information über nachhaltige, ökologische Gartenbewirtschaftung sowie die passenden Gartenprodukte und deren Bezugsquellen. Aus der Beratungstätigkeit geht klar hervor, dass das Warenangebot nachhaltiger Produkte, vor allem im Bereich der Gartenbranche nicht zufrieden stellend ist und die Einkaufsmöglichkeiten sowie die Einkaufsstätten nicht den Wünschen der KundInnen entsprechen.
- Studie „Betriebliche Kommunikationsstrategien für nachhaltiges **Wirtschaften**“, durchgeführt von Ch. Bosch, M. Hofmann, W. Rejzlik im Rahmen der „Fabrik der

⁴ K. Jezik und W. Bauer (2001) Düngung und Nährstoffversorgung von Hausgärten, Gartenbauwissenschaft 4/2001 S. 207-210

⁵ K. Jezik und W. Bauer (2001) Düngung und Nährstoffversorgung von Hausgärten, Gartenbauwissenschaft 4/2001 S. 207-210

Zukunft“, Oktober 2004. In dieser Studie wurden basierend auf einer repräsentativen empirischen Erhebung unter EndverbraucherInnen (1000 Interviews) und einer empirischen Erhebung unter 200 Vorbild-Unternehmen Kommunikationsstrategien und -konzepte im Hinblick auf nachhaltiges Wirtschaften entwickelt. Die Studie bietet wesentliche Grundlagen für die Erstellung der Konsumtypologien für das vorliegende Projekt. In dieser Studie wurden 6 KundInnensegmente erhoben, die bei geeigneter Argumentation und entsprechender Auswahl der Kommunikationsmedien für nachhaltigen Konsum zu gewinnen sind. Das vorliegende Projekt ist eine Spezialisierung der Studie „Betriebliche Kommunikationsstrategien“ auf das Segment der Gartenprodukte.

- Erstellung eines „Umsetzungs-Konzepts für ein nachhaltiges Einkaufszentrum in Wien“. Es wurden die betriebswirtschaftlichen, marketingtechnischen und rechtlichen Voraussetzungen für ein nachhaltiges Einkaufszentrum in zentraler Lage erarbeitet. Wichtigstes Merkmal des Einkaufszentrums ist, dass ausschließlich Produkte und Dienstleistungen angeboten werden, die ökologischen und sozialen Standards entsprechen.
- Die Erkenntnisse aus den Projekten „Ökotextilien – Analyse von Konsumtypologien für sozial und ökologisch produzierte Textilien“ und „Entwicklung von Kommunikations- und Vermarktungsstrategien und Nachhaltigkeitssiegel für gut reparierbar konstruierte Geräte“ im Rahmen von Fabrik der Zukunft sowie Check it und ÖkoKauf in Bezug auf Eco-Labels und nachhaltige Produkte fließen in dieses Projekt ein und werden zusammengeführt.
- "die umweltberatung" verfügt aufgrund ihrer Mitarbeit bei der Kriterienerstellung für verschiedene Produktgruppen des Österreichischen Umweltzeichens (Schulen, Tourismus, Wasch- und Reinigungsmittel, Pflanzenpflege- und Pflanzenschutzprodukte) fundierte Kenntnisse über die Methodik der Erarbeitung von Kriterienkatalogen.

2.3 *Schwerpunkte der Arbeit*

Der Fokus der vorliegenden Arbeit liegt auf einer ausführlichen Recherche der vorhandenen Labels, der nachhaltigen Gartenprodukte am deutschsprachigen Markt, deren ProduzentInnen und HändlerInnen, dem österreichischen Garten-Fachhandel sowie in der Erarbeitung von geeigneten Kommunikations- und Vermarktungsstrategien für nachhaltige Gartenprodukte in Österreich.

2.4 *Einpassung in die Programmlinie*

Durch das vorliegende Projekt werden heimische ProduzentInnen und HändlerInnen informiert und vernetzt. Die Förderung der Vermarktung von nachhaltigen Gartenprodukten unterstützt die Erreichung des Ziels der Programmlinie „Fabrik der Zukunft“, die Produktion von Produkten aus nachwachsenden Rohstoffen zu stärken. Die Nutzung nachwachsender Rohstoffe und beispielhafte Produktionsprozesse (z.B. Reduktion von Emissionen, Energieverbrauch, Pestiziden etc.) tragen wesentlich zu einer nachhaltigen Wirtschaftsweise bei. Die Materialien stammen aus nachhaltiger Produktion. In den Fertigungsbetrieben werden keine gesundheits- und umweltschädlichen Stoffe bei der Verarbeitung eingesetzt.

Durch die Förderung dieses Projekts ist eine Steigerung des Marktanteils von nachhaltigen Gartenprodukten in Österreich möglich. Somit besteht die Chance, dass die ÖsterreicherInnen im Gartenbereich durch eine nachhaltige Pflege und den Kauf von nachhaltigen Produkten einen wesentlichen Beitrag zum Klimaschutz leisten.

Die Studie „Betriebliche Kommunikationsstrategien für nachhaltiges Wirtschaften“, die im Rahmen der Fabrik der Zukunft durchgeführt wurde, zeigt, dass gesundheitliche und ethische Kriterien für einen großen Teil der KonsumentInnen von Bedeutung sind. Das Angebot an nachhaltigen Produkten im österreichischen Garten-Fachhandel ist noch unzureichend und muss gestärkt werden. Dieses Projekt bietet die Möglichkeit die Bedürfnisse von KonsumentInnen und erfolgreiche Strategien aus dem Ausland in die Entwicklung der optimalen Vermarktungsstrukturen von nachhaltigen Gartenprodukten in Österreich mit einzubeziehen.

Der Online-Leitfaden bietet dem Handel eine gute Grundlage für die Einführung von nachhaltigen Gartenprodukten. Sie erhalten einen Überblick über den Gartenmarkt in Österreich und über die Besonderheiten bei der Vermarktung von nachhaltigen Gartenprodukten. Der Sortimentkatalog gibt detaillierte Informationen über die Produktkategorien, in denen nachhaltige Gartenprodukte erhältlich sind und worauf beim Einkauf geachtet werden soll.

VertreterInnen des Handels werden über nachhaltige Gartenprodukte, deren Labels und Kriterien sowie über österreichische ProduzentInnen informiert und dazu motiviert diese Produkte in ihr Sortiment aufzunehmen. Durch eine gezielte Öffentlichkeitsarbeit wurden die KonsumentInnen informiert und die Nachfrage von nachhaltigen Produkten im Garten-Fachhandel verstärkt.

Durch die Förderung dieses Projekts ist eine Steigerung des Marktanteils von nachhaltigen Gartenprodukten in Österreich möglich. Somit besteht die Chance, dass die ÖsterreicherInnen im Gartenbereich durch eine nachhaltige Pflege und den Kauf von nachhaltigen Produkten einen wesentlichen Beitrag zum Klimaschutz leisten.

2.5 Kurzbeschreibung des Aufbaus des Endberichtes

Im vorliegenden Bericht werden die Ausgangslage, die Methoden, die Ergebnisse und die Schlussfolgerungen des Projekts zusammengefasst. Die detaillierten Ergebnisse der Arbeitspakete wie die Produktliste sowie die Liste der ProduzentInnen und HändlerInnen, das Umsetzungskonzept mit dem Projektpartner und der Leitfaden sind im Anhang beigefügt.

3 Ziele des Projekts

Ziel des Projekts „Nachhaltige Produkte im Gartenfachhandel positionieren“ ist die Entwicklung erfolgreicher Vermarktungsstrategien für nachhaltige Gartenprodukte. **Nachhaltige Gartenprodukte** sollen **aus der Öko-Nische heraus zu einem größeren Marktanteil** gebracht werden. Eine **Erhöhung des Angebots** und eine **Sortimenterweiterung** dieser Produkte am Gartenfachmarkt werden angestrebt, wobei die Kaufmotive und Lebensstilfragen berücksichtigt und nachhaltigkeitsrelevantes Verhalten für die KonsumentInnen ermöglicht werden soll.

Das vorliegende Projekt gibt den Anstoß und bietet konkrete Vorschläge für den Garten-Fachhandel **nachhaltige Gartenprodukte aus der Marktnische** zu holen und **zum leicht erhältlichen Trendprodukt** zu machen. So kann auch der Garten-Fachhandel einen wesentlichen Beitrag zum Klimaschutz leisten.

Die Meilensteine waren eine **Marktanalyse** des für Österreich relevanten **Gartenfachhandels**, eine **Konsumtypologie** für nachhaltige Gartenprodukte, das **Vernetzen** der StakeholderInnen und die Entwicklung von **Vermarktungs- und Kommunikationsstrategien** sowie die **Erstellung eines Umsetzungskonzepts für ein österreichisches Gartencenter**. Die Ergebnisse wurden in einem **Online-Leitfaden** zusammengefasst, der den Handel bei der Einführung nachhaltiger Gartenprodukte motivieren und unterstützen soll.

Grundlage des Projekts war eine umfangreiche Recherche der für den österreichischen Markt relevanten Labels und Ermittlung der Kriterien für nachhaltige Produkte im Garten-Fachhandel. Zur Überprüfung der Praxisrelevanz von den erarbeiteten Vorschlägen wurde in Zusammenarbeit mit einer österreichischen Gartenfachmarktkette (bellaflora) ein Umsetzungskonzept für eine adäquate Vermarktungsform nachhaltiger Gartenprodukte erstellt und in der Gartensaison 2008 bereits teilweise umgesetzt.

Das langfristige, über das Projekt hinausgehende Ziel ist es, mit nachhaltigen Gartenprodukten vergleichbare Marktanteile zu erreichen wie im Lebensmittelbereich. Beispiele aus dem Lebensmitteleinzelhandel zeigen, dass durch die Änderung der Vermarktungsstruktur und Kommunikationsstrategie für Bio-Lebensmittel ein Umsatzanteil von 10 % am gesamten Lebensmittelumsatz erreicht werden konnte.

4 Inhalte des Projekts

4.1 Methoden und Daten

Das Projekt gliederte sich in vier Arbeitspakete, folgende Methoden wurden angewandt:

- **Recherche und Ist-Stand-Analyse aktuell vorhandener nachhaltiger Garten-Produkte, ihrer relevanten Labels und Kriterien**

Eine Desk-Research der vorhandenen nachhaltigen Produkte und ihrer Labels wurde in der deutschsprachigen Gartenbranche bzw. am österreichischen Markt durchgeführt. Die Kontrollmechanismen der verschiedenen Labels wurden untersucht und dargestellt. Es entstand ein kommentierter Überblick über die Label-Landschaft und die AnbieterInnen bzw. ProduzentInnen nachhaltiger Gartenprodukte. Daraus wurde ein Kriterienkatalog für nachhaltige Gartenprodukte erstellt. Das aktuelle Warenangebot an nachhaltigen Gartenprodukten im deutschsprachigen Raum wird in einer übersichtlichen Liste aufgezeigt.

Weiters wurden fehlende nachhaltige Alternativen zu konventionellen Gartenprodukten eruiert und dokumentiert. Entwicklungsmöglichkeiten für innovative Produkte wurden aufgezeigt.

Die internationale Gartenmesse in Birmingham und die Gartenbaumesse in Tulln wurden besucht. Auf diesen Messen wurden die präsentierten Produkte auf Nachhaltigkeit beurteilt und Fachveranstaltungen besucht. Es fanden Gespräche mit ProduzentInnen und VertreterInnen des Handels statt. Vor Ort wurden Vorgespräche mit den MarketingexpertInnen von Symbiosis geführt.

Bei Projektstart gab es keine umfangreiche Recherche zu nachhaltigen Gartenprodukten in Österreich, die die Labels, deren Kriterien und die Bezugsquellen umfasste.

- **Recherche von vorhandenen Vermarktungsformen, Marketingstrategien und Kommunikationswegen von nachhaltigen (Garten-)Produkten im deutschsprachigen Raum, Aufzeigen von Best-Practice-Beispielen bei der Vermarktung von nachhaltigen Produkten im deutschsprachigen Handel, Abschätzung des Marktpotenzials von nachhaltigen Gartenprodukten in Österreich**

Informationen zur Vermarktung nachhaltiger Produkte und Marketingstrategien wurden in einer Desk-Research erhoben und analysiert. Bereits im Rahmen von Fabrik der Zukunft erstellte Konsumtypologien zum Thema nachhaltiger Konsum und Studien renommierter Markt- und Meinungsforschungsinstitute wurden mit einbezogen.

Es wurden Studien zum NutzerInnenverhalten von GartenbesitzerInnen recherchiert und analysiert und daraus eine Beschreibung der relevanten Zielgruppen erstellt.

Im deutschsprachigen Raum wurde nach positiven Beispielen für die Vermarktung von nachhaltigen Gartenprodukten gesucht. Diese wurden in den Online-Leitfaden eingearbeitet. Weiters wurde die Marketingstrategie des Projektpartners analysiert und gemeinsam mit der Geschäftsleitung Zukunftsperspektiven entwickelt.

Die Handelsumsätze für Gartenprodukte in Österreich wurden recherchiert. Aufgrund der mangelnden Datenlage war es nicht möglich eine realistische Abschätzung der Umsatzanteile der nachhaltigen Gartenprodukte zu treffen. Dazu wurden sowohl Gespräche mit ExpertInnen aus dem Bereich der Marktforschung als auch mit HandelsvertreterInnen geführt. Im Bereich Holzprodukte und Gartenmöbel werden viele Produkte aus nachhaltiger Produktion angeboten. Der Handel weist keine Umsatzzahlen für diesen Produktbereich aus. In der Schweiz macht die Handelgruppe Coop im Jahr 2006 mit biologischen Setzlingen einen Umsatz von rund 51 Millionen Euro.

Es lassen sich keine seriösen Rückschlüsse aus den Umsatzzuwächsen nachhaltiger Produkte anderer Branchen ziehen. Zum Beispiel investiert die Lebensmittelbranche bereits seit Jahren in einen gezielten Markenaufbau, während im Gartenbereich nachhaltige Gartenprodukte nur von einer Gartenfachmarktkette aktiv beworben werden.

- **Ermittlung optimaler Kaufargumente und Kommunikationswege sowie einer an die Wünsche und Bedürfnisse der KundInnen angepassten Sortimentgestaltung- Erstellung eines Leitfadens für den Gartenfachhandel als Hilfestellung bei der Vermarktung bzw. Einführung von nachhaltigen Produkten ins Sortiment**

Basierend auf den Ergebnissen der Marktanalyse und der Desk-Research wurden die Besonderheiten und Unterschiede bei der Vermarktung von nachhaltigen Gartenprodukten herausgearbeitet. Es wurden Kaufargumente und Kommunikationswege für nachhaltige Gartenprodukte aufgezeigt. Daraus wurden Vorschläge für Marketingstrategien und Vermarktungsformen für nachhaltige Produkte im österreichischen Garten-Fachhandel entwickelt.

Die Ergebnisse der Recherche wurden in dem „Leitfaden für die erfolgreiche Vermarktung und Einführung von nachhaltigen Produkten im Garten-Fachhandel“ zusammengefasst. Dieser Leitfaden wird für HändlerInnen als Download bzw. Druckwerk bereitgestellt. Er liefert HändlerInnen Information und Motivation zur Einführung nachhaltiger Produkte oder zur Ausweitung des Sortiments. Neben einem umfassenden Sortimentskatalog, erhalten die HändlerInnen eine Auflistung der ProduzentInnen und LieferantInnen von nachhaltigen Gartenprodukten. Sie bekommen Tipps, worauf sie beim Einkauf der nachhaltigen Produkte achten sollten. Erfolgreiche Beispiele für die Vermarktung von nachhaltigen Gartenprodukten sollen dazu beitragen Vorbehalte abzubauen. Der Leitfaden enthält eine Beschreibung der potenziellen Zielgruppen für nachhaltige Gartenprodukte und gibt praktische Tipps für die Vermarktung nachhaltiger Gartenprodukte.

- **Erstellung eines Umsetzungskonzepts mit einem Projektpartner aus dem Garten-Fachhandel (bellaflora)**

"die umweltberatung" erstellte für eine österreichische Gartenfachmarktkette (bellaflora) ein auf ihre Bedürfnisse zugeschnittenes Umsetzungs-Konzept zur Förderung der nachhaltigen Produktpalette. Nach der Analyse des bestehenden Sortiments und der Marketingstrategie für nachhaltige Produkte wurden Maßnahmen zur Sortimentserweiterung vorgeschlagen und Anregungen für eine Verbesserung der Markenstrategie gegeben. Das Umsetzungskonzept enthält Empfehlungen für die Stärkung der Eigenmarke, unter der die nachhaltigen Produkte vermarktet sind, und Anregungen für Kommunikationsinhalte. Es wurden Werbemaßnahmen und PR-Aktionen des Projektpartners für die nachhaltigen Gartenprodukte geplant.

Um die KundInnen auch durch fachliche Beratung bei der Wahl nachhaltiger Gartenprodukte unterstützen zu können, wurde ein Schulungskonzept für das Verkaufspersonal zum Thema Umweltschutz, Naturgarten, Ökologie und nachhaltige Gartenbewirtschaftung bzw. nachhaltige Gartenprodukte entwickelt.

Die Ergebnisse wurden bellaflora präsentiert und in einem schriftlichen Umsetzungskonzept zusammengefasst.

4.2 Beschreibung des Standes der Technik

Nachhaltige Produkte liegen derzeit im Trend und erfreuen sich deutlicher Umsatzsteigerungen. So verzeichnet der österreichische Lebensmittelhandel im Bereich Bio-Lebensmittel starke Zuwächse, die im zweistelligen Bereich liegen. Nach Bio-Lebensmitteln und Naturkosmetik erobern derzeit ökologisch und fair hergestellte Textilien den europäischen Markt.

Nach einer ökologischen Gestaltung der Wohnumwelt, ist der Kauf von ökologischen Gartenprodukten der nächste logische Schritt. Die KonsumentInnen wollen sich in einer gesunden Umgebung aufhalten. Der private Grünraum nimmt immer mehr an Bedeutung zu. Dies wird auch durch die steigenden Umsatzzahlen deutlich. Leider sind die verwendeten Produkte nur zum geringsten Teil nachhaltig bzw. umweltschonend, obwohl der Stand der Technik bereits Möglichkeiten für solche Produkte bietet.

Nachhaltige Gartenprodukte sind zwar am Markt vorhanden. Diese Waren sind jedoch nicht immer im Einzelhandel erhältlich. Einige nachhaltige Produkte sind derzeit nur in einem bestimmten Baumarkt oder Gartenfachcenter zu finden. Ein Teil der nachhaltigen Gartenprodukte ist nur direkt beim Produzenten oder im Internet erhältlich. Um die Nachfrage an nachhaltigen Produkten zu steigern ist es unabdingbar, dass nachhaltige Produkte möglichst leicht in verschiedenen Vertriebsarten und an vielen Verkaufsstellen erhältlich sind.

In den Fachmärkten sind nachhaltige Produkte für die KundInnen nur schwer erkennbar, da die Deklaration nicht einheitlich ist. Ein Überblick über die Labels für nachhaltige Gartenprodukte und deren ProduzentInnen bzw. HändlerInnen waren zum Zeitpunkt des

Projektstarts für den österreichischen Markt nicht vorhanden. Darum ist die Orientierung für KonsumentInnen schwer.

KundInnen benötigen für ihre Kaufentscheidung bzw. die Orientierung am Point of Sale eine klare und rasche Information. Für KonsumentInnen ist nicht leicht erkennbar, welche Produkte des Sortiments nachhaltig sind und welche nicht. Herstellungsland, Transportkilometer, Bestandteile und soziale Produktionsbedingungen sind meistens nicht ersichtlich.

Es gibt keine offen zugängigen Studien und Umsatzzahlen für nachhaltige Gartenprodukte. Derzeit ist der Verkauf von ökologischen Gartenartikeln in Österreich ein Nischenmarkt.

Beispiele aus der Schweiz zeigen jedoch, dass mit ökologischen Gartenprodukten gute Umsätze erzielt werden können. Coop verkauft unter dem Umweltlabel Oecoplan 1.400 nachhaltige Produkte und erwirtschaftete damit im Jahr 2006 57 Millionen Euro. Rund 89 % des Gesamtumsatzes wurde allein mit biologischen Setzlingen erwirtschaftet!

4.3 Innovationsgehalt des Projekts

Die Innovation des Projekts liegt in einer erstmals umfassenden Recherche des österreichischen Garten-Fachmarktes. Alle relevanten AkteurInnen der österreichischen Gartenszene wurden über das Thema nachhaltige Gartenprodukte informiert.

Die Kontrollmechanismen der verschiedenen Labels wurden untersucht und dargestellt. Es entstand ein kommentierter Überblick über die Label-Landschaft. Die AnbieterInnen bzw. ProduzentInnen nachhaltiger Gartenprodukte am deutschsprachigen Markt wurden recherchiert und aufgelistet. Die nachhaltigen Gartenprodukte am deutschsprachigen Markt wurden erhoben, in Produktgruppen unterteilt und bewertet.

Der Leitfaden für die Vermarktung von nachhaltigen Gartenprodukten ist ebenfalls neu und innovativ. Im Zusammenwirken mit einem Vertreter des Gartenfachmarktes wurden sehr praxisorientiert Vorschläge für den österreichischen Markt erarbeitet.

Erstmals wurde das Thema Nachhaltigkeit im Garten und Klimaschutz im Garten durch eine projektbezogene Öffentlichkeitsarbeit in den Österreichischen Medien und in Fachzeitschriften publik.

5 Ergebnisse des Projekts

5.1 Recherche und Ist-Stand-Analyse des österreichischen Marktes für nachhaltige Gartenprodukte


5.1.1 Labels & Kontrollmechanismen

Die relevanten Labels für die nachhaltige Produktion von Gartenprodukten wurden recherchiert und beschrieben. Sie stellen die Basis für die Produktauswahl und die Bewertungen dar. Es wurde versucht eine Aufstellung aller relevanten Produktgruppen und deren Abdeckung mit Labels bzw. Zertifikaten aufzuzeigen.

Im europäischen Raum ist das bereits am längsten in Verwendung befindliche Umweltzeichen aus Deutschland, „Der Blaue Engel“, am bedeutendsten. Über 3800 Produkte und Dienstleistungen dürfen inzwischen den Blauen Engel tragen. Bei der Vergabe werden hohe Ansprüche gestellt. Kriterien sind unter anderem der sparsame Einsatz von Rohstoffen, der Ablauf des Herstellungsprozesses, die Lebensdauer und die Entsorgung. Ein weiteres wichtiges Zeichen im europäischen Raum ist das EU Umweltzeichen (European Eco-label). Derzeit gibt es 23 verschiedene Produktgruppen und es sind bereits über 250 Lizenzen für mehrere hundert Produkte erteilt worden. In Österreich kommt das staatliche Umweltzeichen, entworfen von Friedrich Hundertwasser, zum Tragen.

In der Gesamtheit der in diesem Projekt gelisteten Produkte haben 48 Produkte ein Bio-Zertifikat. 162 Produkte sind für den Biolandbau zugelassen. 59 Produkte sind mit dem Blauen Engel ausgezeichnet. 110 Produkte sind mit Holzgütesiegel FSC gekennzeichnet 3 mit dem PEFC Gütesiegel. 10 Produkte tragen das Österreichische Umweltzeichen, 4 das Europäische Umweltzeichen.



Tabelle 1: Übersicht über gartenrelevante Labels und Auszeichnungen

PFLANZENPFLEGE; PFLANZENSCHUTZPRODUKTE; DÜNGEMITTEL	
	<p>ÖSTERREICHISCHES UMWELTZEICHEN</p> <p>Das Österreichische Umweltzeichen steht für höhere Lebens- und Umweltqualität, klare und transparente Information, hohe Aussagekraft, Umweltpolitik in Eigenverantwortung der Unternehmen & Organisationen, Zusammenarbeit auf hohem Niveau mit optimalem Service.</p> <p>Die Kriterien sind je nach der behandelten Produktgruppe unterschiedlich definiert</p> <p>Produktbeispiel: Encon Encarsia formosa der biohelp GmbH</p> <p><u>Kontrollmechanismus Österreichisches Umweltzeichen:</u> Das Österreichische Umweltzeichen wird vom Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft verliehen. Derzeit sind mehr als 450 Produkte, 53 Schulen und über 150 Tourismusbetriebe auf Basis von über 40 Richtlinien ausgezeichnet. Anträge auf Verleihung des Umweltzeichens werden an den Verein für Konsumenteninformation (VKI) gerichtet. Die Richtlinien werden je nach Stand der Technik aktualisiert. Eine Gebührenordnung regelt die von den ZeichennutzerInnen jährlich zu entrichtende Gebühr. Der Nutzungsvertrag zur Verwendung des Zeichens gilt für ein Jahr und kann durch zeitgerechtes Entrichten der Gebühr drei Jahre lang verlängert werden, sofern keine Vertrags verletzenden Parameter vorliegen. Alle drei Jahre ist ein Überprüfungsgutachten fällig.</p>


SUBSTRATE – ERDEN, MULCHE








	<p>ÖSTERREICHISCHES UMWELTZEICHEN Torffreie Kultursubstrate und Bodenverbesserer Produktbeispiel: Naturrein, Bio Universalerde</p>
	<p>Das EUROPÄISCHE UMWELTZEICHEN – (European Eco-Label) Das offizielle Umweltzeichen der Europäischen Union in Zusammenarbeit mit allen EU-Staaten. Derzeit gibt es 23 verschiedene Produktgruppen und es sind bereits über 250 Lizenzen für mehrere hundert Produkte erteilt worden. Das europäische Umweltzeichen gibt es für Kategorien wie: Bettzeug, Schuhwerk, HeimwerkerInnenbedarf, Dienstleistungen, Gartenbedarf (Bodenverbesserer und Kultursubstrate, Haushaltsgeräte, Reinigungsmittel und Schmiermittel)</p> <p>Bodenverbesserer und Kultursubstrate <u>Kontrollmechanismus:</u> Die Geltungsdauer der Kriterien zur Vergabe des Umweltzeichens und die Beurteilungs- und Prüfanforderungen werden in jeder Serie von Kriterien zur Vergabe des Umweltzeichens jeder Produktgruppe angegeben. Die Überprüfung der Kriterien zur Vergabe des Umweltzeichens sowie der Beurteilungs- und Prüfanforderungen in Bezug auf diese Kriterien erfolgt rechtzeitig vor Ende der Geltungsdauer der für jede Produktgruppe angegebenen Kriterien; im Anschluss an die Überprüfung wird ein Vorschlag zur Verlängerung, Streichung oder Änderung vorgelegt. Produktbeispiel: Ecolife Bodenverbesserer, Italien</p>






GARTENZUBEHÖR – ÖLE, KETTENÖLE, SCHMIERMITTEL








	<p>ÖSTERREICHISCHES UMWELTZEICHEN Sägekettenöle Produktbeispiel: BIOSTAR Kettenöl für Motorsägen der Biostar Oil GmbH & Co KG</p>
	<p>DEUTSCHES UMWELTZEICHEN - DER BLAUE ENGEL Der Blaue Engel ist die erste und älteste umweltschutzbezogene Kennzeichnung der Welt für Produkte und Dienstleistungen. Sie wurde 1977 in Deutschland auf Initiative des Bundesministers des Inneren und durch den Beschluss der Umweltminister des Bundes und der Länder ins Leben gerufen. Heute tragen rund 3.700 Produkte und Dienstleistungen in 80 Produktkategorien den Blauen Engel.</p> <p>Kettenschmiermittel für Motorsägen RAL-UZ 48 Produktbeispiel: TESSOL BIO Kettenöl und Haftzusatz der Tessol GmbH</p> <p><u>Kontrollmechanismus Blauer Engel:</u> Der Antrag zur Benutzung des Umweltzeichens mit dem Nachweis der Einhaltung der Anforderungen erfolgt bei der Zeichenvergabestelle RAL, Deutsches Institut für Gütesicherung und Kennzeichnung. Entsprechend der Produktentwicklung haben alle Vergabegründlagen eine begrenzte Laufzeit von in der Regel 3-4 Jahren. Für Produktgruppen, für die mit einer rascheren Weiterentwicklung des Standes der Technik zu rechnen ist, können auch kürzere Laufzeiten festgelegt sein. Die Geltungsdauer von Zeichenbenutzungsverträgen richtet sich nach der Laufzeit der Vergabegründlage, auf deren Basis der Blaue Engel erteilt wurde.</p>

GARTENZUBEHÖR – WERKZEUG, RASENMÄHER, GARTENGERÄTE, HÄCKSLER

	<p>ÖSTERREICHISCHES UMWELTZEICHEN Motorbetriebene Gartengeräte – Noch kein Produkt vergeben!</p>
---	---

	<p>DEUTSCHES UMWELTZEICHEN - DER BLAUE ENGEL Lärmarme Komposthäcksler, RAL-UZ 54 Produktbeispiel: Fleurette Biolux GH 2300, Aldi Topkraft ATH 2500, Elektroleisehäcksler Hanseatic EH 2501</p>
ZIERPFLANZEN, BLUMENARRANGEMENTS, KRÄNZE, KOMPOSTIERBARE TÖPFE UND RECYCLINGPRODUKTE	
	<p>ÖSTERREICHISCHES UMWELTZEICHEN Zierpflanzen - Noch kein Produkt vergeben!</p>
	<p>ÖSTERREICHISCHES UMWELTZEICHEN Kompostierbare Blumenarrangements und Kränze – Noch kein Produkt vergeben!</p>
	<p>DEUTSCHES UMWELTZEICHEN - DER BLAUE ENGEL Kompostierbare Pflanztöpfe und andere Formteile RAL-UZ 17 Produktbeispiel: Cocopot Pflanzentöpfe</p> <p>DEUTSCHES UMWELTZEICHEN - DER BLAUE ENGEL Produkte aus Recycling-Kunststoffen RAL-UZ 30a</p>
 	<p>FLP (Flower Label Programm) Ziel von FLP ist es, die Arbeitsbedingungen auf Blumenplantagen in Hinblick auf Gesundheit, Sicherheit und Arbeitnehmerrechte zu verbessern und die Umwelt zu schützen, in dem beim Einsatz chemischer Mittel strenge Umweltstandards eingehalten werden müssen.</p> <p>Nachhaltig produzierte Schnittblumen Die österreichische Sektion der internationalen Menschenrechtsorganisation FIAN ist Trägerorganisation der FLP. <u>Kontrollmechanismus FLP:</u> Begutachtung des Betriebes bei Antragstellung, dann jährliche Prüfung.</p>
GARTENZUBEHÖR – HOLZPRODUKTE, HOLZMÖBEL	
	<p>ÖSTERREICHISCHES UMWELTZEICHEN Standortgebundene Holzspielgeräte für den Außenbereich Holzspielgeräte und Gartenmöbel – geschützt ohne Chemie</p> <p>ÖSTERREICHISCHES UMWELTZEICHEN Holzwerkstoffe Produktbeispiel: ALFA Laubholz 'a la carte' Leimholzplatten der ALFA Massivholzplatten GmbH</p> <p>ÖSTERREICHISCHES UMWELTZEICHEN Holzmöbel Produktbeispiel: Holzmöbel der TEAM7 Natürlich Wohnen GmbH</p>
	<p>PEFC (Pan European Forest Certification Council) Paneuropäische Marke für Holz und Holzprodukte aus nachhaltiger Forstwirtschaft Pan European Forest Certification Council PEFC ist die Kennzeichnung für Holz aus ökologisch, ökonomisch und sozial verantwortlicher Waldbewirtschaftung. Paneuropäische Marke für Holz und Holzprodukte aus nachhaltiger Forstwirtschaft (Regional-, Gruppen- und Einzelbetriebszertifizierung), z.B. der steirisch -</p>


	<p>kärntnerischen "östlichen Zwischenalpen"; Holzwerkstoffe, Holzmöbel und andere Holzprodukte</p> <p><u>Kontrollmechanismus:</u> Jährlich zieht die Zertifizierungsstelle eine Kontrollstichprobe aus der Menge der teilnehmenden Betriebe, wobei Betriebe mit einer größeren Waldfläche mit einer höheren Wahrscheinlichkeit kontrolliert werden (flächenproportionale Listenstichprobe). Die Auditoren kontrollieren jährlich in jeder Region 10 Prozent der zertifizierten Waldfläche. Die Planung der Kontrollstichprobe, insbesondere die Festlegung des Zeitraumes sowie die räumliche Abfolge, erfolgt in Abstimmung mit den AntragstellerInnen für die regionale Zertifizierung. Das Zertifizierungsschema wird alle 5 Jahre überarbeitet. Prüfung erfolgt durch unabhängige Dritte.</p>
 	<p>FSC - Nachhaltig geforstet Weltweit gültiges Holz-Kontrollsiegel Forstwirtschaft (auch einige österreichische Betriebe!) des Forest Stewardship Council (FSC) in Mexiko. Holzwerkstoffe, Holzmöbel und andere Holzprodukte <u>Kontrollmechanismus:</u> In jährlichen Kontrollen (Folgeaudits) wird die Einhaltung der FSC-Standards sichergestellt und geprüft, inwieweit etwaige erteilte Auflagen (Bedingungen) erfüllt wurden.</p>
	<p>DEUTSCHES UMWELTZEICHEN - DER BLAUE ENGEL Holzwerkstoffe, Holzmöbel und andere Holzprodukte Produktbeispiel: Greenline bei Glunz Möbelplatten FF Rohspanplatte</p>
	<p>IBR (Institut für Baubiologie Rosenheim) Auszeichnung umweltschonend erzeugter und gesundheitlich unbedenklicher Baustoffe und -elemente mit strenger Schadstoffprüfung. Grenzwerte sind in der Regel nach Vorgaben der Weltgesundheitsorganisation (WHO) festgelegt, in manchen Fällen sogar noch strenger. Holzmöbel und andere Holzprodukte</p> <p><u>Kontrollmechanismus:</u> Im Regelfall wird das Prüfsiegel „Geprüft und Empfohlen vom IBR“ für die Dauer von 2 Jahren vergeben. Die Nutzung des Prüfsiegels unterliegt der Überwachung durch den Güteausschuss. Verlängerungen nach den vom Güteausschuss festgelegten Bedingungen sind möglich. Zeicheninhaber bleibt das Institut für Baubiologie Rosenheim GmbH, das auch für die Zeichenpflege, insbesondere den Schutz des Zeichens gegen die missbräuchliche Verwendung, allein verantwortlich ist.</p>
	<p>Naturland Naturland fördert den Ökologischen Landbau weltweit und ist mit über 46.000 Bauern einer der größten ökologischen Anbauverbände. Der Anbauverband Naturland hat auch Richtlinien für eine ökologische Waldwirtschaft entwickelt, die über die FSC - Kriterien hinausgehen. Der Forstbetrieb der Stadt München arbeitet nach diesen Verbandskriterien. 10 % ihrer Wälder werden nicht mehr bewirtschaftet und bleiben sich selbst überlassen. Holzwerkstoffe, Holzmöbel und andere Holzprodukte</p> <p><u>Kontrollmechanismus:</u> Naturland Betriebe werden mindestens einmal jährlich von unabhängigen, staatlich anerkannten Kontrollstellen überprüft und erst nach genauer Prüfung aller Kontrollunterlagen von einem unabhängigen Entscheidungsgremium anerkannt. Neben den jährlichen Inspektionen finden darüber hinaus auch unangemeldete Stichprobenkontrollen statt. Die Betriebe erhalten jährlich neu einen Zertifizierungsentscheid und ein Zertifikat durch die Naturland-Anerkennungskommission. Sie bestätigt, dass der Betrieb die Richtlinien von Naturland einhält.</p>

	<p>natureplus Deutscher Verein mit eigenem Label, mit dessen Hilfe nachhaltig-zukunftsfähige Bauprodukte eine bessere Marktposition erreichen sollen.</p> <p>Holzwerkstoffe, Holzmöbel und andere Holzprodukte Produktbeispiel: Laminat- und Parkett-Unterboden der B.S. Bauprogramm Handelsgesellschaft mbH</p> <p><u>Kontrollmechanismus:</u> Nach bestandener Hauptprüfung ist das natureplus für das jeweilige Produkt drei Jahre gültig. Dann ist wieder eine Hauptprüfung, die sog. Wiederholungsprüfung, fällig. Zwischen diesen Prüfungen erfolgt jedes Jahr (d.h. also zweimal) eine Folgeprüfung mit reduzierter Laborprüfung. Die LizenznehmerInnen sind vertraglich dazu verpflichtet, jede Änderung im Produktionsablauf, beim Bezug der Rohstoffe etc. unverzüglich zu melden.</p>
GARTENZUBEHÖR - SONNENKOLLEKTOREN	
	<p>ÖSTERREICHISCHES UMWELTZEICHEN Solarkollektoren</p> <p>Produktbeispiele: Flachkollektor FK 6300 der GREENoneTEC Solar-Industrie; Gluatmugl Frei 6.3 der ÖkoTech – Produktionsgesellschaft für Umwelttechnik</p>
	<p>DEUTSCHES UMWELTZEICHEN - DER BLAUE ENGEL Solarkollektoren</p> <p>Produktbeispiel: Flachkollektor Typ Sunlight der Austria Email AG</p>
GARTENZUBEHÖR – LACKE, ANSTRICHE, LASUREN	
	<p>ÖSTERREICHISCHES UMWELTZEICHEN Farben, Lacke, Lasuren</p> <p>Produktbeispiel: Ostendorf Farben</p>
	<p>DEUTSCHES UMWELTZEICHEN - DER BLAUE ENGEL Schadstoffarme Lacke RAL-UZ 12a</p> <p>Produktbeispiele: Consolan Wetterschutz-Lasur, Consolan Zaun-Lasur</p>
	<p>natureplus Farben, Lacke, Lasuren</p> <p>Produktbeispiele: Alpina Silikatfarbe</p>
	<p>Das EUROPÄISCHE UMWELTZEICHEN – European Eco-Label Das offizielle Umweltzeichen der Europäischen Union in Zusammenarbeit mit allen EU-Staaten. Derzeit gibt es 23 verschiedene Produktgruppen und es sind bereits über 250 Lizenzen für mehrere hundert Produkte erteilt worden. Das europäische Umweltzeichen gibt es für Kategorien wie: Bettzeug, Schuhwerk, HeimwerkerInnenbedarf, Dienstleistungen, Garbenbedarf (Bodenverbesserer und Kultursubstrate, Haushaltsgeräte, Reinigungsmittel und Schmiermittel)</p> <p>Farben, Lacke, Lasuren</p> <p><u>Kontrollmechanismus:</u> Die Geltungsdauer der Kriterien zur Vergabe des Umweltzeichens und die Beurteilungs- und Prüfanforderungen wird in jeder Serie von Kriterien zur Vergabe des Umweltzeichens jeder Produktgruppe angegeben. Die Überprüfung der Kriterien zur Vergabe des Umweltzeichens sowie der Beurteilungs- und Prüfanforderungen in Bezug auf diese Kriterien erfolgt rechtzeitig vor Ende der Geltungsdauer der für jede Produktgruppe angegebenen Kriterien; im Anschluss an die Überprüfung wird ein Vorschlag zur Verlängerung, Streichung oder Änderung vorgelegt.</p> <p>Produktbeispiel: P 105 Raumweiße LF der Meffert AG</p>

GARTENZUBEHÖR – BAUSTOFFE, NATURSTEIN


	<p>ÖSTERREICHISCHES UMWELTZEICHEN Hydraulisch gebundene Mauersteine</p>
	<p>IBO-geprüfte Baustoffe (Österreichische Institut für Baubiologie und –ökologie) Baustoffe Produktbeispiele: Durisol Mantelbausteine, Rigips-Bauplatten, Liapor Mauersteine</p> <p><u>Kontrollmechanismus:</u> Nach erfolgter Zuerkennung des Prüfzeichens müssen zur Verlängerung des IBO-Prüfzeichens jedes Jahr Folgeprüfungen durchgeführt werden. Damit werden die neuesten Entwicklungen berücksichtigt und gleich bleibende bzw. steigende Qualität garantiert. Das IBO behält sich im Sinne der Qualitätssicherung vor, bei Bedarf Untersuchungen der Produktqualität ohne vorherige Ankündigung durchzuführen.</p>
	<p>Natureplus Baustoffe Produktbeispiel: TONDACH Biber der Tondach Gleinstätten AG</p>
	<p>Xertifix – Gütesiegel für Natursteine Xertifix e.V. fördert die Herstellung und den Vertrieb von Natursteinen aus Indien und - mit Einschränkungen - weiteren Drittweltländern, die ohne illegale Kinder- und Sklavenarbeit hergestellt werden.</p> <p>Natursteine</p> <p><u>Kontrollmechanismus allgemein:</u> Unangekündigte Kontrollen zu jeder Zeit</p>












GARTEN – SONSTIGES (STREUSALZ)





	<p>DEUTSCHES UMWELTZEICHEN - DER BLAUE ENGEL Salzfreie, abstumpfende Streumittel RAL-UZ 13 Produktbeispiele: Euroquarz Quarzsand als Winterstreusand, Eifel Lava Streugut, Sakret Splitt, Schlick Bims-Splitt</p>
---	--



BIOLOGISCHE LANDWIRTSCHAFT PFLANZEN UND SAATGUT

KONTROLLMECHANISMUS – ALLGEMEIN: BETRIEBE WERDEN JÄHRLICH GEPRÜFT TEILS VON DEN VERBANDSINTERNEN STELLEN ALS AUCH VON DEN STAATLICHEN KONTROLLORGANEN.

	<p>Das offizielle europäische Bio-Gütesiegel (der Europäischen Kommission) Viele Staaten haben jedoch schon längst ihre eigenen, was für KonsumentInnen eine gewisse Verwirrung bedeutet. 2009 soll diesem Umstand mit einem EU-weit einheitlichen Gütesiegel für Bio-Lebensmittel entgegengesteuert werden. Mit dem neuen Gütesiegel ab 2009 sind bei Bio-Produkten Verunreinigungen (genetisch veränderte Organismen) bis zu 0,9 Prozent erlaubt.</p> <p><u>Kontrollmechanismus:</u> Die Kontrollen umfassen alle Stufen des Produktionsprozesses einschließlich Lagerung, Verarbeitung und Verpackung. Die Betriebe werden mindestens einmal jährlich kontrolliert, außerdem werden Stichprobenkontrollen durchgeführt. Zu den Sanktionen gehören der sofortige Entzug des Rechts, das betreffende Produkt als ökologisches Erzeugnis zu bezeichnen; im Falle schwerwiegender Verstöße können auch strengere Strafen verhängt werden. Die landwirtschaftlichen Betriebe müssen genaue Aufzeichnungen - gegebenenfalls auch über die Tierhaltung - führen.</p>
---	---

	<p>Das staatliche Schweizer Bio-Gütesiegel - Bio SUISSE Bio Suisse ist der Dachverband der Bio-Bauern in der Schweiz, mit Gütesiegel in Form einer Knospe. Seine Richtlinien sind teilweise erheblich strenger als die gesetzlichen Regelungen.</p>
	<p>Das staatliche deutsche Bio-Gütesiegel – BIO BIO nach EG-Öko-Verordnung ist das staatliche Bio-Gütesiegel Deutschlands</p>
	<p>Das staatliche österreichische Bio-Gütesiegel - BIO AMA- Biozeichen ist das staatliche Bio-Gütesiegel Österreichs Die Kennzeichnung von Bio-Produkten erfolgt mit dem staatlichen AMA- Biozeichen. Das AMA-Biozeichen gibt es in der Version mit Ursprungsangabe und in der Version ohne Ursprungsangabe</p> <p><u>Bio-Produkte-Kennzeichnung:</u> Die Aufschrift „Bio“ ist kein Garant für ein Bioprodukt. Auf Bioprodukten finden Sie die Aufschrift "aus biologischer Landwirtschaft" und eine Kontrollnummer. Die Kontrollnummer setzt sich wie folgt zusammen: Die Kennzeichnung AT steht für Österreich, das N für das Bundesland der Kontrollstelle, hier Niederösterreich, die Zahl 01 für die Nummer der Kontrollstelle und Bio kennzeichnet das Bioprodukt.</p>
	<p>Das staatliche österreichische Bio-Gütesiegel - BIO AMA- Biozeichen - International Version ohne Ursprungsangabe, für zusammengesetzte Produkte</p>
<p align="center">WEITERE KONTROLLGÜTESIEGEL IN ÖSTERREICH IN ÖSTERREICH SIND NEBEN DER AMA (AGRAR MARKT AUSTRIA) EINIGE INSTITUTIONEN BERECHTIGT, PRÜFUNGEN VON BIO-LEBENSMITTELN DURCHFÜHREN UND KONTROLLZEICHEN ZU VERGEBEN.</p>	
	<p>Austria Bio Garantie - ABG Produktbeispiele: Düngemittel: Agro Biosol, Biosol, Biosol Garten</p>
	<p>SLK BIO-KONTROLLZEICHEN (Salzburger Landwirtschaftliches Kontrollzeichen)</p>
	<p>LVA - Lebensmittelversuchsanstalt</p>
	<p>BIOS Kontrollservice Österreich</p>
	<p>LACON Kontrollzeichen</p>
	<p>SGS Austria Controll – co. Ges.m.b.H.</p>
	<p>GfRS - Gesellschaft für Ressourcenschutz mbH</p>

BIO-DACHVERBAND ÖSTERREICH	
	<p>Bio Austria Bio Austria vertritt ca. 70 % der österreichischen Bio-Bauern und -bäuerinnen. Der Verband hat sich Anfang 2005 aus dem Bundesverband von Bio Ernte Austria und den Dachverbänden Arge Biolandbau und ÖIG zusammengeschlossen. Die ursprünglichen Verbände haben sich zum Teil aufgelöst.</p>
	<p>Weitere Verbände haben sich mit der Gründung von BIO AUSTRIA zusammengeschlossen. Einige treten inzwischen nur mehr im Verband auf:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Österreichischer Demeter Bund • ORBI - Förderungsgemeinschaft für gesundes Bauerntum • Biolandwirtschaft Ennstal • BAF- Verein der biologisch wirtschaftenden Ackerbaubetriebe • KT-Freiland Verband • Hofmarke • Erde und Saat • DINATUR • KOPRA – Konsumenten-Produzenten-Arbeitsgemeinschaft • Organisch-biologischer Landbau Weinviertel • ÖKOWIRT – Informationsservice • Arche Noah • BIO ERNTE STEIERMARK <p>Quelle: http://www.umweltbundesamt.at/umweltschutz/landwirtschaft/biolandbau/bioverbaende_a/</p> <p>Weiterer Bioverband : Ökologischer Kreislauf Moorbach Harbach (Regionaler Verband im niederösterreichischen Waldviertel)</p>
BIO-DACHVERBÄNDE DEUTSCHLAND	
Quelle: http://www.soel.de/oekolandbau/index.html	
	<p>Bund Ökologische LebensmittelWirtschaft (BÖLW) Dachorganisation der Öko-Anbauverbände, von Verbänden und Unternehmen der Lebensmittelwirtschaft</p>
	<p>IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements) Internationaler Dachverband der Öko-Landbaubewegung mit <u>Hauptsitz in Deutschland</u> Regionalgruppe Deutschsprachige Länder der IFOAM</p>
	<p>Konferenz der Kontrollstellen für den ökologischen Landbau (KdK) vertritt 17 Kontrollstellen aus Deutschland, Österreich, Schweiz und Ungarn, die nach der EG-Öko-Verordnung und der schweizerischen Bio-Verordnung staatlich zugelassen sind.</p>
BIO-DACHVERBAND SCHWEIZ	
Quelle: http://www.bio-suisse.ch/	
	<p>BIO SUISSE Dachverband aller regionalen und kantonalen Bio-Organisationen mit der "Knospe", dem am meisten verbreiteten Schweizer Bio-Logo.</p>
KOMPOSTIERBARKEITSZEICHEN	
	<p>DIN Certco Kompostierungszeichen (DIN EN 13432)</p>

	<p>Gibt Informationen über die Abbaubarkeit eines Produktes, ist aber kein spezielles Nachhaltigkeitsgütezeichen. Geprüft wird von der DIN Certco Gesellschaft für Konformitätsbewertung mbH. Alle Inhaltsstoffe eines Produktes müssen offengelegt werden. Nach 3 Monaten Kompostierung dürfen nur mehr 10% der Inhaltsstoffe Korngrößen von über 2mm vorhanden sein. Es wird auch geprüft ob organische Schadstoffe über den Kompost in den Boden gelangen können.</p>
LABEL FÜR NACHHALTIGE GARTENFÜHRUNG	
	<p>Natur im Garten Das Land Niederösterreich vergibt dieses Zeichen an GartenbesitzerInnen, die ihren Garten naturnah bewirtschaften, unabhängig davon, ob der Garten zur privaten Nahrungsmittelproduktion oder nur als Ziergarten genutzt wird.</p>

Mit der obigen Übersicht wurde versucht, einen Überblick über die wichtigsten im deutschsprachigen Raum wirksamen Labels zu geben.

In Österreich kommt das staatliche Umweltzeichen, entworfen von Friedensreich Hundertwasser, zum Tragen. Es steht für:

- **Höhere Lebens- und Umweltqualität**
mehr Umweltvorsorge, mehr Gesundheitsvorsorge, hohe Produktqualität, ethische Fundierung und Verantwortung
- **Klare und transparente Information**
Entscheidungshilfe für KonsumentInnen und BeschafferInnen "auf einem Blick", Umweltinformation für die HerstellerInnen, Handlungswissen für MultiplikatorInnen
- **Hohe Aussagekraft**
staatlich und unabhängig, objektive und überprüfbare Kriterien, ganzheitliche Bewertung umweltschonender Produkte und Dienstleistungen, immer aktuell
- **Umweltpolitik in Eigenverantwortung der Unternehmen**
besondere Auszeichnung für freiwillige Umweltleistungen, Unterstützung und Förderung einer nachhaltigen Produktion
- **Zusammenarbeit auf höherem Niveau**
mit Umwelt- und Produktauszeichnungssystemen, mit Umweltmanagementsystemen EMAS & ISO 14001, Marketing-Kooperationen
- **Besseres Service**
Unterstützung der ZeichennutzerInnen (Zertifizierung, Marketing,) für die ökologische Beschaffung

Qualitativ setzt das Österreichische Umweltzeichen sehr hoch an, da die Kriterien von externen BegutachterInnen überprüft werden und nicht nur durch die Angaben von den HerstellerInnen selbst belegt werden, wie es beim Blauen Engel der Fall ist. Gegenwärtig sind 88 Produkte in 6 Über-Kategorien (Bauen und Wohnen; Büro, Papier & Druck; Garten; Geldanlagen; Grüne Energie und Haushalt) ausgewiesen vgl. www.umweltzeichen.at (Stand: Oktober 2007). 166 touristische Betriebe, verstreut in ganz Österreich, tragen das Österreichische Umweltzeichen. In der Über-Kategorie „Gartenbereich“ sind folgend angeführte Kategorien mit angeführt.

Nachstehende Tabelle zeigt alle relevanten Produktgruppen die für den Garten im weiteren Sinne zum Tragen kommen. Es wurde noch nicht für alle Produktgruppen ein Österreichisches Umweltzeichen beantragt bzw. vergeben.

Tabelle 2: Das Österreichische Umweltzeichen – relevante Produktgruppen im Gartensektor

UMW.Z-NR.	PRODUKTGRUPPE BZW. DIENSTLEISTUNG	AUSGABEDATUM	ANZAHL PRODUKTE
UZ 01	Lacke, Lasuren und Holzversiegelungslacke	1. April 2006	3
UZ 06	Holzmöbel (aber nicht explizit Gartenmöbel!)	1. April 2006	1
UZ 07	Holzwerkstoffe	1. Juli 2007	2
UZ 14	Sägekettenöle auf Pflanzenölbasis, Schmierstoffe	1. Juli 2006	1
UZ 15	Sonnenkollektoren	1. Juli 2003	4
UZ 17	Wandfarben	1. Juni 2007	6
UZ 25	Kompostierbare Papiersäcke für biogene Abfälle	1. Jänner 2004	1
UZ 28	Standortgebundene Holzspielgeräte für den Außenbereich	1. Jänner 2004	0
UZ 29	Kompostierbare Blumenarrangements und Kränze	1. Juli 2006	1
UZ 32	Torffreie Kultursubstrate und Bodenhilfsstoffe	1. Juli 2007	5
UZ 39	Mauersteine, hydraulisch gebunden	1. Jänner 2003	0
UZ 47	Energiesparlampen	1. Jänner 2003	0
UZ 48	Motorbetriebene Gartengeräte	1. Juli 2002	0
UZ 51	Zierpflanzen	1. Juli 2005	0
UZ 52	Pflanzenpflege- und Pflanzenschutzprodukte	1. April 2005	1

Diese Tabelle verdeutlicht, dass das Potential von den ProduzentInnen noch zu wenig erkannt wurde, sich mit dem Umweltzeichen in einer zunehmend sensibler und nachhaltig eingestellten Gesellschaft einen Vorteil gegenüber Konkurrenzprodukten am Markt zu sichern.

5.1.2 Kriterien und Bewertung der Produkte

Definition „Nachhaltige Gartenprodukte“:

Nachhaltigkeit ist ein viel genutztes und deshalb oft schon missverständliches Modewort. "die umweltberatung" hat deshalb zwei „Kernkriterien“ festgelegt, anhand derer KonsumentInnen im alltäglichen Einkauf nachhaltige Produkte von konventionellen besser unterscheiden können.

Nachhaltige Produkte weisen eine besondere ökologische Qualität (z.B. biologisch produziert, schadstoffarm, kompostierbar etc.) und eine besondere soziale Qualität (z.B. garantiert ohne Kinderarbeit, Mindestlöhne etc.) auf.

Begriffsdefinition Nachhaltigkeit:

Beim Begriff Nachhaltigkeit beziehen wir uns auf die gängige 3-Säulen-Definition, die Nachhaltigkeit definiert als ein „Dreieck von Ökologie, Ökonomie und Soziales“. Die nachfolgende Abbildung stellt die drei Kriterien der Nachhaltigkeit als gleich starke Begrifflichkeiten dar.

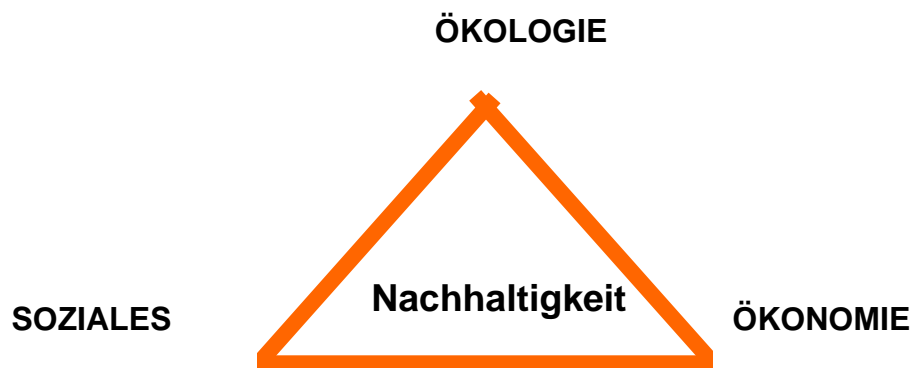


Abbildung 1: Das Nachhaltigkeitsdreieck

In der Betrachtung von "die umweltberatung" wird davon ausgegangen, dass die Ökonomie ein selbstverständliches Kriterium ist, ob sich ein Produkt auf dem freien Markt etablieren kann und wird daher als erfüllt vorausgesetzt. Bei innovativen und neuartigen Produkten ist es ohnedies schwierig eine Abschätzung vorzunehmen, da politische, makroökonomische und mediale Faktoren stark wirksam sind und eine Analyse bei weitem den Rahmen dieser Studie übertreffen würde.

Für unsere Betrachtungsweise und Auswahlverfahren werden daher die Kriterien für nachhaltige Produkte in der Ökologie (Hauptkriterium) und im sozialen Bereich für die Bewertung herangezogen.

5.1.3 Bewertung nachhaltiger Gartenprodukte von "die umweltberatung"

Alle Gartenprodukte wurden nach folgenden Kriterien, abhängig vom jeweiligen Wissensstand, möglichst vollständig bewertet:

- Ökologie
- Soziales
- Gesundheit
- Regionalität
- Gebrauchstauglichkeit

Punkteschema und Kernkriterien:

"die umweltberatung" entschied sich nach Durchsicht aller relevanten Produktdatenbanken, Labels und Produkttests, ein Bewertungsmodell nach dem Best-Practice-Beispiel für ökologische, nachhaltige und umweltpädagogisch wertvolle Produkte vorzunehmen. Aspekte wie Gesundheit, Regionalität und Gebrauchstauglichkeit führten zu einem weit gestreuten Sortiment an „nachhaltigen“ Gartenprodukten, veranschaulicht durch einen Punktestand von 1-11. Die Bewertung 1 stellt das Produkt mit den geringsten, 11 mit den höchsten nachhaltigen Kriterien dar.

Das wichtigste Kriterium für die Aufnahme in die Produktliste war die Kategorie „ÖKOLOGIE“ (Kernkategorie). Je ein zur Auswahl stehendes Detailkriterium in der Auswahlliste (siehe Tabelle 3) musste zutreffen, damit das Produkt überhaupt in die Liste der „Nachhaltigen Gartenprodukte“ aufgenommen wurde. Die Kategorie „SOZIALES“ (siehe Tabelle 4) wurde als zweitwichtigste betrachtet.

Bei einigen Produkten ist aufgrund der fehlenden Informationen bzw. der Zusammenfassung in Produktgruppen nicht in allen Bewertungs-Kategorien eine Punktezuordnung möglich. Eine hohe Punktezahl kann im Einzelfall auch zusätzlich einen hohen Transparenzgrad hinsichtlich der gewählten Kriterien darstellen, aber auch im Gegenzug ein Ergebnis fehlender Informationen sein. Wir bitten dies vor allem für die Produkte im Bereich der 1-2 Punkte-Marke zu berücksichtigen. Es steht jedoch allen HerstellerInnen frei, eine Überprüfung (Aufwertung) ihrer Produkte im Falle des Falles zu beantragen, was selbstverständlich umgehend erfolgen wird.

Im Folgenden finden sich zu allen 5 Kategorien die Detailkriterien mit dazugehörigen Erläuterungen, die die Nachvollziehbarkeit erhöhen soll.

KERNKATEGORIE – ÖKOLOGIE:

Soweit vorhanden wurden anerkannte Umweltlabels wie z.B. das Österreichische Umweltzeichen oder der Blaue Engel zur Bewertung herangezogen. Weitere Kriterien wurden je nach Produktgruppe festgelegt.

Tabelle 3: Auswahlliste der Kategorie Ökologie

ÖKOLOGIE MUSS-KRITERIUM	PUNKTE	ERLÄUTERUNGEN
Bio Zertifikat	4	Von österreichischen, schweizerischen oder deutschen Biokontrollstellen kontrolliert.
Arche Noah Zertifikat	4	Eigenständige österreichische Gesellschaft für Erhaltung der Kulturpflanzenvielfalt nach biologischen Kriterien.
Umweltzeichen Österreich	4	Das Österreichische Umweltzeichen
Umweltzeichen Ausland	3	Europäische Länder und deren staatliches Umweltzeichen
Blauer Engel	3	Das Deutsche Umweltzeichen
FSC	3	Holzzertifizierung für nachhaltige Bewirtschaftung – Fokus mehr auf der ökologischen Seite. Von namhaften NGO's höher bewertet als PEFC.
Im Biolandbau zugelassen (Nennung im Sortiments-katalog ökol. Landbau)	3	Hilfsstoffe die im biologischen Landbau zugelassen sind. Es sind auch Produkte dabei, die nur mit Sondergenehmigung im B.L. verwendet werden dürfen. Diese Produkte finden sich <u>nicht</u> in der Produktliste der „Nachhaltigen Gartenprodukte“.
Umweltberatung empfohlen	2	Produkte die von „die umweltberatung“ als nachhaltig und empfehlenswert eingestuft wurden.
PEFC	2	Holzzertifizierung für nachhaltige Bewirtschaftung – Fokus auf Seiten der Nachhaltigkeit.
NIG empfohlen	2	Im Projekt „Natur im Garten“(NIG) wurden von ExpertInnen fundierte Listen für nachhaltige Produkte erstellt.
Naturschutzbund empfohlen	2	Produkte die vom Naturschutzbund empfohlen wurden – hygienische Vogelfutterkästen etc.
IBR Label	2	Die Prüfkriterien orientieren sich an dem ganzheitlichen Ansatz der Baubiologie. Ausgezeichnet werden umweltschonend erzeugte und gesundheitlich unbedenkliche Baustoffe und Produktionsverfahren.
Konsument	2	Relevante Produkte, die im Magazin „Konsument“ passend zu dieser Kategorie untersucht und mit sehr gut abschnitten, wurden übernommen.
IBO	2	Label des Österreichischen Instituts für Baubiologie und – ökologie. Kriterien für Baustoffe und Innenraumausstattungen, die den gesamten Lebenszyklus eines Produktes berücksichtigen.
Permakultur zertifiziert	2	Vereine arbeiten nach ökologischen, nachhaltigen Gesichtspunkten.
Nützlinge	2	Einsatz von in Österreich genehmigten Nützlingen gegen Schädlinge.
reparierbar	1	Eine Reparierbarkeit ist garantiert (vom Hersteller übernommen, Serviceeinrichtung angeboten).
Bioenergie	1	Energie aus Sonnenkraft und Biomasse.
Rohstoffe nachhaltig	1	Mit dem Rohstoffabbau sind keine nennenswerten negativen Umweltauswirkungen zu erwarten. Materialien aus biologischer Produktion wurden ebenso bewertet.
kompostierbar	1	Kompostierbare Stoffe, Kunststoffe aus Pflanzen-Stärke.
recyclbar	1	Stoffe können wieder in einen Produktkreislauf zurückfließen.
pflanzlicher Rohstoff	1	Grundsatz: Nachwachsende Rohstoffe sind besser als fossile Rohstoffe.
Torffrei	1	Ein absolutes MUSS für jedes Erdprodukt, um überhaupt

		berücksichtigt zu werden.
Kautschuk/PE	1	Kautschuk/PE statt PVC Folien; Chlor ist hoch giftig und verursacht hochgradige Umweltschäden.
Synthese Kautschuk (EPDM) Folien	1	Eine Alternative zu chlorhaltigen Produkten.
FPO Teichfolien	1	Eine Alternative zu chlorhaltigen Produkten, frei von Weichmachern und Chloriden.
Biologisch abbaubar	1	In Verwendung mit Schmierstoffen und Ölen angewandt.

Begriffserklärungen:

FSC Forest Stewardship Council
PEFC Pan European Forest Certification Council
IBR Institut für Baubiologie Rosenheim
PE Polyethylen
PVC Polyvinylchlorid
EPDM Ethylen-Propylen-Dien-Kautschuk
IBO Österreichische Institut für Baubiologie und -ökologie
FPO Flexible Polyolefine

KERNKATEGORIE - SOZIALES

Es kann davon ausgegangen werden, dass in Europa erzeugte Produkte einen sozialen Mindeststandard erfüllen. Sozialprojekte wurden zusätzlich mit einer höheren Punkteanzahl honoriert.

Tabelle 4: Auswahlliste der Kategorie Soziales

SOZIALER ASPEKT MUSS-KRITERIUM	PUNKTE	ERLÄUTERUNGEN
Sozialprojekt	3	Produkte wurden in einem besonderen Rahmen sozial hergestellt (Behindertenwerkstatt, Arbeitslosenprojekt, Blindenwerkstatt etc.).
Fair Trade	2	Soziale Gehälter sind garantiert (meist auch weitgehend ökologisch produziert)
FAMA	2	Fair Trade Zertifikat aus der Dom. Republik (Biologische Niemprodukte)
FLP	2	Fair produzierte und gehandelte Schnittblumen
Xertifix lizenziert	2	Soziale Mindeststandards in den Steinbrüchen Asiens
EU (Gesamt Europa)	1	Grundstandards in den europäischen Ländern werden vorausgesetzt
EU (Russland)	1	Wertung nur in Zusammenhang mit FSC Gütesiegel
Asien (z.B. China)	0	Produkte aus Asien wurden nur in Ausnahmefällen aufgenommen, da weitgehend keine sozialen, ökologischen und humanen Produktionsabläufe vorausgesetzt werden können.

Begriffserklärungen:

FLP Flower Label Programm
FAMA Fundación Agricultura y Medio Ambiente (spanisch)

KATEGORIE - GESUNDHEIT

Das Kriterium Gesundheit wurde mit Zusatzpunkten bewertet, wenn Nachweise über Schadstoffarmut, Emissions- und Immissionsarmut oder Ergonomie erbracht werden konnten. Vor allem galt dies für all jene Produkte, die nicht schon in einer anderen Kategorie berücksichtigt wurden (z.B. Blauer Engel für Rasenmäher impliziert Lärm- und Schadstoffarmut).

Tabelle 5: Auswahlliste der Kategorie Gesundheit

GESUNDHEIT	PUNKTE	ERLÄUTERUNGEN
Giftfrei, ungiftig	2	Dann, wenn herkömmliche Produkte mit giftigen Substanzen arbeiten (z.B. Holzschutzmittel etc.)
Ökotest	2	Nur relevante Produkte, die gut bis sehr gut abschnitten haben, wurden übernommen - http://www.oekotest.de
emissionsfrei	2	Dann, wenn herkömmliche Produkte mit Emissionsentwicklung arbeiten
lärmarm	1	Im Gebrauch nachweislich lärmarm
schadstoffarm	1	Weitgehend ungiftige Abgase
emissionsarm	1	Weitgehend keine bis wenige Emissionen
chromfrei	1	Ohne Chrom
pH-neutral	1	pH-Neutralität
ergonomisch	1	Gute und praktische Handhabbarkeit des Produktes

KATEGORIE - REGIONALITÄT

Aus Klimaschutzgründen haben wir regional hergestellte Produkte mit einer höheren Punktezahzahl bewertet. Der globale Handel mit all seinen negativen ökologischen Auswirkungen wird hiermit weitgehend berücksichtigt.

Tabelle 6: Liste der Kategorie Regionalität

REGIONALITÄT	PUNKTE	ERLÄUTERUNGEN
AUT (Österreich)	3	Lokale Produkte wurden klar bevorzugt, was mit der hohen Punktezahzahl belegt ist
Nachbar (Staaten um Österreich)	2	Ausgehend von Österreich als „Mittelpunkt“, werden alle Nachbarländer in dieser Gruppierung berücksichtigt
EU (alle anderen Staaten Europas)	1	Produkte aus dem „gesamteuropäischen Raum“ sind der kleinste eingegangene Kompromiss
Eurasien	1	Nur FSC zertifiziertes Holz aus Asien wurde in die Liste aufgenommen!!
	0	Sofern der Ursprung der Materialien oder Produkte nicht eindeutig im EU Raum angesiedelt war, oder nur ein Teil davon aus der EU stammt wurde kein Punkt vergeben.
Transportwege		Leider war oftmals kein Einblick auf die Art und Entfernung der Anlieferung der Produkte und Rohstoffe zu den HändlerInnen möglich, um auch auf dieser Ebene eine Wertung vornehmen zu können!!

KATEGORIE - GEBRAUCHSTAUGLICHKEIT

Soweit vorhanden, wurden vorliegende Tests über die Gebrauchstauglichkeit von namhaften KonsumentInnenschutzorganisationen in die Bewertung einbezogen. Sofern ein Bezug von

anderen TesterInnen in diese Kategorie hergestellt werden konnte und deren Bewertungsergebnis sehr gut ausfiel, wurden diese ebenfalls in dieser Kategorie berücksichtigt.

Tabelle 7: Auswahlliste der Kategorie Gebrauchstauglichkeit

GEBRAUCHSTAUGLICHKEIT UND TESTBERICHTE	PUNKTE	ERLÄUTERUNGEN
Stiftung Warentest	2	Liefert für dieses Kriterium die besten Informationen; Relevante Produkte die sehr gut oder gut abschnitten, wurden übernommen - http://www.stiftung-warentest.de ; www.test.de ;
VKI Test	2	Verein für Konsumenteninformation – www.konsument.at ; Printausgabe ist die Zeitung Konsument
testbericht.de	1	Tests aus 140 Zeitschriften wurden zusammengefasst unter: www.testberichte.de
Umweltberatung – ja	1	Von “die umweltberatung“ empfohlen

Punkteschlüssel der Bewertung der Produkte

Nachfolgende Tabelle gibt einen Überblick über die mögliche Verteilung der Punkte bei der Beurteilung der nachhaltigen Gartenprodukte.

Tabelle 8: Punkteschlüssel der Bewertung der Produkte

Ökologie (Muss-Kriterium)	Punkte	Sozialer Aspekt (Muss-Kriterium)	Punkte	Wirtschaftlichkeit	Punkte	Gesundheit Mensch/Tier	Punkte	Herkunftsland	Punkte	Gebrauchstauglichkeit/Prüfberichte	Punkte	
Bio zertifiziert	4	Sozialprojekt	3	Öko-Bilanz (gut bis sehr gut)	2	emissionsfrei	2	AUT (Inland)	3	Stiftung Warentest	2	
Arche Noah Zertifikat	4	Fair Trade	2	Energieeffizienz		Öko-Bilanz (sehr gut oder gut)	2	Nachbar (D, CH, H, CZ, SK, SLO, I.)	2	VKI Test: Auszeichnung Konsument (ökologisch)	2	
Umweltzeichen (AUT)	4	FLP (Flower Label Program)	1	W. bei der Herstellung	1	giftfrei (Produkt/Produktion), ungiftig (auf Organismen)	2	EU	1	umweltberatung - ja	1	
Umweltzeichen Ausland	3	Xertifix lizenziert	2	W. bei der Nutzung	1	schadstoffarm (laut Hersteller)	1			testbericht.de	1	
FSC (Forest Stewardship Council)	3	FAMA (Fair Trade Dom. Republik)	2		1	ph neutral (laut Hersteller)	1			Dauerhaftigkeitsklasse 1	1	
Blauer Engel (Umweltzeichen Deutschlands)	2	Europäischer Staat (Mindeststandards sind garantiert)	1			lärmarm	1			Resistenzklasse 1	1	
PEFC (Programme for Endorsement of Forest Certification Schemes)	2					keine Auswirkung auf Tier u. Mensch	1			ÖNORM	1	
Von "die umweltberatung" empfohlen	2					immissionsarm	1			reparierbar	1	
IBR Label (Institut für Baubiologie Rosenheim)	2					ergonomisch	1					
Von NIG empfohlen (Natur im Garten)	2					emissionsarm	1					
Vom Naturschutzbund empfohlen	2					chromfrei	1					
Empfehlung der Zeitschrift Konsument (Kriterium Ökologie)	2											
Permakultur zertifiziert	2											
reparierbar	1											
		Begriffserklärungen:										

Ökologie (Muss-Kriterium)	Punkte	Sozialer Aspekt (Muss-Kriterium)	Punkte	Wirtschaftlichkeit	Punkte	Gesundheit Mensch/Tier	Punkte	Herkunftsland	Punkte	Gebrauchstauglichkeit/Prüfberichte	Punkte
Bioenergie (Solar)	1			FSC		Forest Stewardship Council					
Rohstoffe nachhaltig (Kautschuk/PE statt PVC)	1			PEFC		Pan European Forest Certification Council					
Synthese Kautschuk (EPDM)	1			IBR		Institut für Baubiologie Rosenheim					
kompostierbar	1			PE		Polyethylen					
recyclierbar	1			PVC		Polyvinylchlorid					
Im Biolandbau zugelassen	1			EPDM		Ethylen-Propylen-Dien-Kautschuk					
torffrei	1			IBO		Österreichische Institut für Baubiologie und -ökologie					
FPO Teichfolien	1			FPO		Flexible Polyolefine					
Nützlich (lt. BFL) ungiftig (im Falle einer sonst üblichen giftigen Anwendung, Produktes etc.)	2			FLP		Flower Label Programm					
Umweltpädagogisch wertvoll	1			FAMA		Fundación Agricultura y Medio Ambiente (sp.)					
Artenvielfalt fördernd	1										
Recycleware	1										
Standortgerecht	1										

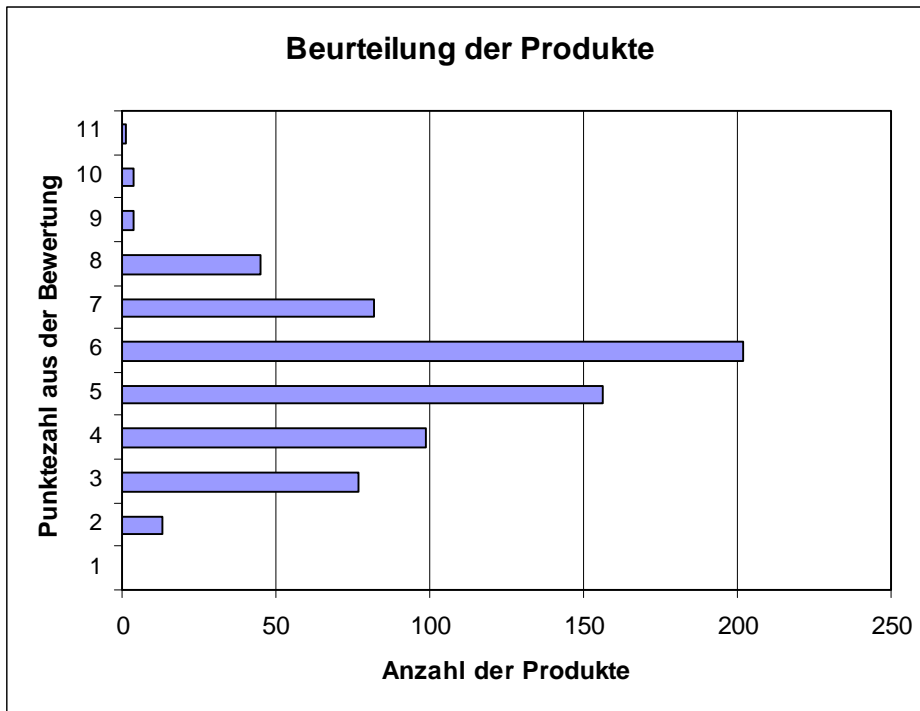


Abbildung 2: Übersicht über die Beurteilung der vergebenen Punkte

Von den ca. 760 Produkten haben über 200 Produkte bei der Bewertung 6 Punkte erreicht, das sind über 29 % aller gelisteten Produkte. Lediglich ein Produkt konnte die Höchstzahl erreichen: jenes aus österreichischer Holzproduktion, mit dem Umweltzeichen, giftfrei imprägniert und langlebig!

5.1.4 Produkt- und Firmenlisten

A) Produktliste

Im Verlauf des Projektzeitraums wurden ca. 760 verschiedene Artikel (Produkte) in eine Liste, im Folgenden als „Produktliste“ bezeichnet, aufgenommen. Jedes von ihnen verdient mehr oder weniger das Prädikat der Nachhaltigkeit. Die Produkte wurden einer von "die umweltberatung" entwickelten Bewertung unterzogen. Daraus ergab sich die Variationsbreite zwischen 1 und 11 Punkten. Die Höhe der Punkteanzahl steht für einen höheren Bewertungslevel, d.h. im Sinne der Fragestellung für ein Produkt mit höherer Nachhaltigkeit. Die hohe Differenz ergab sich zum Einen aus der Tatsache, dass in manchen Produktgruppen nach dem „Best Practice“-Prinzip gearbeitet wurde:

Wenn es in einer Gruppe kaum nachhaltige Produkte gab, wurde von "die umweltberatung" eines ausgewählt, das gerade noch mit den Kriterien vereinbar war. Zum Anderen war es aus zeitlichen Gründen nicht möglich alle Kriterien für die Bewertung zu recherchieren. Bei manchen Produkten war es beispielsweise einfach nicht möglich die Herkunft der Ausgangsmaterialien zu eruieren. Dieser Prozess wird aber kontinuierlich weitergeführt um eine größere Vollständigkeit zu erreichen.

Methode der Erfassung

Es wurden umfassende Internet- und Literaturrecherchen sowie Befragungen durchgeführt. Auch wurde das Angebot von großen Gartenmärkten und Baumärkten erfasst und berücksichtigt. Besuche von großen Firmen wie Bellaflora, Dehner, Baumax, Obi, Hornbach, Praskac und Starkl waren sehr aufschlussreich, was das Produktspektrum und die Möglichkeiten der Vermarktung anbelangte. In der letzten Projektphase wurden über ein Informationsmail ProduzentInnen und HändlerInnen direkt angesprochen. Das Ziel war einerseits das Projekt vorzustellen und andererseits die Firmen um Ergänzung von Informationen, Produkten und weiteren Firmenadressen zu bitten. Durch diesen Schritt konnten weitere Produkte in die Liste aufgenommen werden. Ansatzweise wurde mit diesem Schritt auch versucht, eine gewisse Aktualität zu wahren. Sobald Firmen ein neues „nachhaltiges“ Produkt auf den Markt bringen, sollte es "die umweltberatung" erfahren, um es den interessierten EndkonsumentInnen weitergeben zu können. Ob diese Vorgangsweise zielführend ist, kann erst nach einer gewissen Probezeit festgestellt werden.

Probleme bei der Erfassung

Bei geprüften und mit anerkannten Umweltzeichen ausgezeichneten Produkten (Umweltzeichen, Blauer Engel etc.) konnte auf bereits bestehende Informationen und Recherchen zurückgegriffen und die entsprechenden Artikel mehr oder weniger ungeprüft in die Produktliste aufgenommen werden. Bei einer Vielzahl von Produkten war das aber nicht der Fall. In vielen Fällen war es beispielsweise nicht möglich die Herkunft der Ausgangsstoffe oder die genaue Zusammensetzung zu ermitteln. Möglicherweise werden diese Informationen aus Schutz vor Produktpiraterie absichtlich nicht preisgegeben. Dem Anspruch auf Vollständigkeit kann in der Produktliste daher in Zusammenhang mit den aufgenommenen Produkten und der Erfassung der Kriterien nicht immer nachgekommen werden.

„Die Produktliste“

Die recherchierten Produkte wurden in 8 Produktklassen unterteilt: Gartengeräte, Gartenmöbel, Gartenzubehör, Naturschutzprodukte, Pflanzen und Saatgut, Pflanzenschutz, Pflanzenstärkungsmittel sowie Substrate. In den Produktklassen wurde zwecks besserer Übersichtlichkeit eine weitere Differenzierung in 59 Produktgruppen vorgenommen.

Tabelle 9: Übersicht der Produktklassen und Produktgruppen

PRODUKTKLASSEN / Produktgruppen	Anzahl der Produkte	Klassen-Nr.
PRODUKTKLASSE - GARTENGERÄTE		
Gartengeräte - Häcksler	27	1
Gartengeräte - Kehrmaschine	1	
Gartengeräte - Motorsense	1	
Gartengeräte - Rasenmäher, elektrisch	4	
Gartengeräte - Rasenmäher, kraftstoffbetrieben	1	
Gartengeräte - Rasenmäher, mechanisch	15	
Gartengeräte - Rasentrimmer	2	
Gartengeräte - Sensen	13	
Gartengeräte - Werkzeug	30	
PRODUKTKLASSE - GARTENMÖBEL		
Gartenmöbel - Allgemein	47	2
Gartenmöbel - Kinderspielgeräte	11	
PRODUKTKLASSE - GARTENZUBEHÖR		
Gartenzubehör - Allgemein	6	3
Gartenzubehör - Allgemein - Deko	2	
Gartenzubehör - Allgemein - Gestaltung	5	
Gartenzubehör - Allgemein - Gießkanne	1	
Gartenzubehör - Allgemein - Regentonne	6	
Gartenzubehör - Allgemein - Schläuche	4	
Gartenzubehör - Bindschnüre und Rankhilfen	16	
Gartenzubehör - Gartenfolie	12	
Gartenzubehör - Gerätebenzin	2	
Gartenzubehör - Grillzubehör	7	
Gartenzubehör - Hochbeete	4	
Gartenzubehör - Holz	43	
Gartenzubehör - Holz - Sichtschutz	14	
Gartenzubehör - Insekten-/Zeckenschutz	2	
Gartenzubehör - Kerzen	3	
Gartenzubehör - Komposter	9	
Gartenzubehör - Lacke/Lasuren	17	
Gartenzubehör - Pflanzgefäße	13	
Gartenzubehör - Schmierstoffe	17	
Gartenzubehör - Solargeräte	28	
Gartenzubehör - Teich	4	
Gartenzubehör - Teich, Teichfolien	2	
PRODUKTKLASSE - NATURSCHUTZPRODUKTE		
Naturschutzprodukte	36	4
Naturschutzprodukte - Insekten	17	
PRODUKTKLASSE – PFLANZEN u. SAATGUT		
Pflanzen - Pflanzen	23	5
Pflanzen - Saatgut	24	
Pflanzen - Saatgut und Pflanzen	16	
Pflanzen - Schnittblumen	1	

PRODUKTKLASSEN / Produktgruppen	Anzahl der Produkte	Klassen-Nr.
PRODUKTKLASSE - PFLANZENSCHUTZ		
Pflanzenschutz - allgemein	46	6
Pflanzenschutz - akustisch	1	
Pflanzenschutz - akustisch, mechanisch	1	
Pflanzenschutz - akustisch, solar	4	
Pflanzenschutz - elektrisch	1	
Pflanzenschutz - mechanisch	12	
Pflanzenschutz - mechanisch, Lebendfallen	13	
Pflanzenschutz - Nützlinge, Hummeln	5	
Pflanzenschutz - Nützlinge, Nematoden	8	
Pflanzenschutz - Nützlinge, Schlupfwespen	2	
Pflanzenschutz - Nützlinge, verschiedene	8	
Pflanzenschutz - thermisch	2	
PRODUKTKLASSE - PFLANZENSTÄRKUNG		
Pflanzenstärkung- allgemein	30	7
Pflanzenstärkung - Bodenverbesserer	16	
Pflanzenstärkung - Dünger	77	
Pflanzenstärkung - Kompostaktivator	9	
PRODUKTKLASSE - SUBSTRATE		
Substrate - Erden	36	8
Substrate - Mulche	10	
Substrate - Steine, Kies, Sand	5	

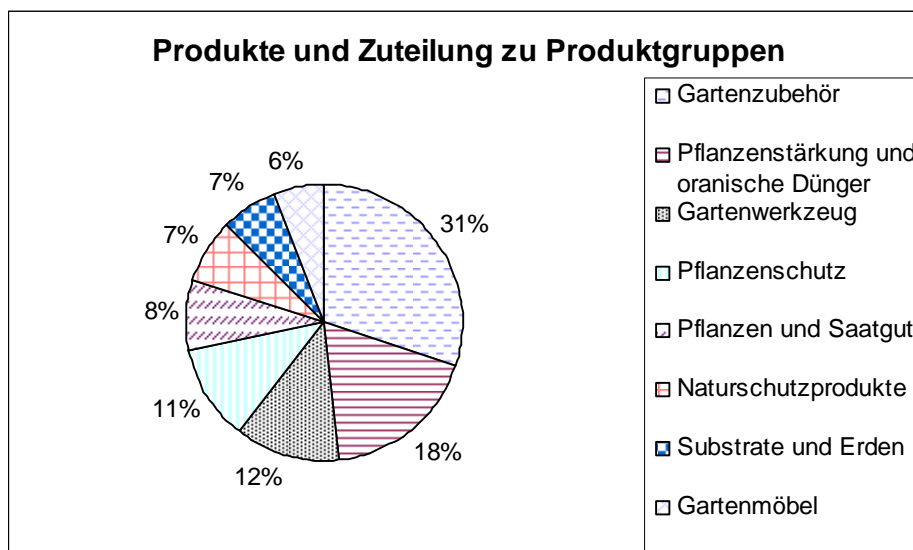


Abbildung 3: Zuteilung der gelisteten Produkte zu Produktgruppen

Bei den bisher durchgeführten Rechercharbeiten zur Findung von nachhaltigen Gartenprodukten wurde die beste Abdeckung bei der Produktgruppe „Gartenzubehör“ erreicht. Darunter fallen Produkte wie Bindschnüre und Rankhilfen, Gartenfolien, Grillzubehör, Holz, Kerzen oder auch Solargeräte. Es folgen die Produktgruppen

„Pflanzenstärkung und organischer Dünger“ mit 18%, sowie die nahezu gleichstark vertretenen Produktgruppen „Gartenwerkzeug“ und „Pflanzenschutz“.

Resümee – Recherche der Produkte

In der Regel brauchen KundInnen für ihre Kaufentscheidung bzw. Orientierung eine klare und rasche Information. Viele Handelsketten, sowohl im Lebensmittelhandel wie auch im Gartenhandel, tendieren zum Aufbau eines eigenen Labels. Diese Strategie kann nur teilweise als kundInnenfreundlich gewertet werden, da sie besonders im Zusammenhang mit dem ohnehin schwierigen Thema der „Nachhaltigkeit“ zur Unsicherheit und Verwirrung der KonsumentInnen beiträgt. Ein einheitliches Emblem wäre daher aus Sicht der KonsumentInnen wünschenswert.

Jede irreführende Bezeichnung wie beispielsweise „bienenfreundlich“ oder „Bio-„ ist abzulehnen. Bei einer Großhandelskette wurde eine Erde mit der Aufschrift „Bio-Erde“ gefunden. Bedauerlicherweise wies diese Erde keine Bio-Zertifizierung auf und enthielt obendrein noch Torfbestandteile! Eine hilfreiche Information für EndverbraucherInnen wäre jene der Transportwege bzw. Herkunft: Bei den herkömmlich hergestellten Pflanzen wie auch bei vielen anderen Gartenprodukten (Erden, Mulchmaterialien, Steine und Holzprodukte) gibt es kaum einen Hinweis, wie und wo sie wirklich produziert und wie weit sie transportiert worden sind. Ein „CO2-Pickerl“ wäre hier ein sehr hilfreiches Instrument zur KundInnenorientierung. Eine freiwillige Erklärung der HändlerInnen, großteils nur auf regional produzierte Ware zurückzugreifen, sobald sie „BIO“ anbieten, wäre eine wirkungsvolle Methode im Sinne des Klimaschutzes.

Torffreie Blumenerden gibt es nur vereinzelt auf Blumenmärkten zu kaufen, ebenso auf torffreiem Substrat aufgezogene Pflanzen. Eine Kooperation mit der Landwirtschaftskammer bzw. den zuständigen Innungen wäre anzustreben, damit der Umstieg auf torffreie Aufzucht von Jungpflanzen erreicht wird.

B) Firmenliste der ProduzentInnen und Handelsfirmen

Im Zuge der Recherchen wurden rund 400 Firmen mit Bezug zu nachhaltigen Gartenprodukten am deutschsprachigen Markt ausfindig gemacht.

Auf der Suche nach nachhaltigen Produkten wurde primär der deutschsprachige Raum bearbeitet. Die Recherchen ergaben aber auch Firmen aus anderen Ländern, die bei Erfüllung der Kriterien aufgenommen wurden.

43 % der Produktions- und Handelsfirmen sind in Deutschland registriert. 40 % sind in Österreich und 15 % in der Schweiz angesiedelt (siehe Abb. 4).

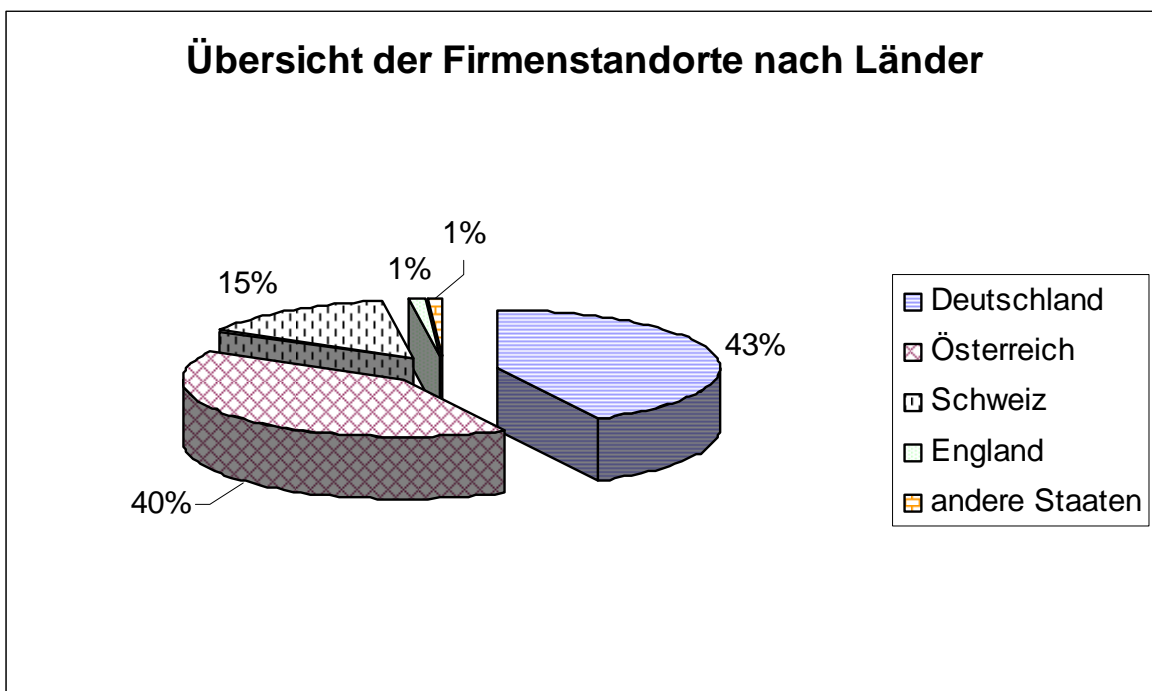


Abbildung 4: Herkunft der Produktions- u. Handelsfirmen

Aus der Gesamtheit der recherchierten Firmen sind 73 Handelsfirmen, 15 nur im Online-Handel, 29 online und auch im Handel tätig. 225 sind ProduzentInnen und HändlerInnen und 44 Firmen sind sowohl ProduzentInnen, HändlerInnen oder OnlineverkäuferInnen. 20 Firmen sind vorrangig ProduzentInnen.

5.1.5 Sortimentliste

Die recherchierten nachhaltigen Gartenprodukte wurden in 8 Produktgruppen mit Untergruppen gegliedert. Die Sortimentsliste stellt die Gruppen vor und beschreibt die Kriterien der Nachhaltigkeit für jede Gruppe. Es wird dargestellt, wodurch sich ein nachhaltiges Produkt von einem konventionellen Produkt unterscheidet und worauf beim Einkauf geachtet werden soll. Ein ausgewogenes breites Sortiment mit Absatzspitzenprodukten und ergänzenden Zusatzprodukten ist für den Verkauf von nachhaltigen Gartenprodukten ebenso unerlässlich wie bei konventionellen Produkten. Da nachhaltige Gartenprodukte eine Wachstumsnische mit Zukunftspotenzial sind, ist es umso wichtiger den Ist-Stand an Produkten und ProduzentInnen und HändlerInnen zu kennen und nach klaren Richtlinien zu bewerten. Nur so kann eine erfolgreiche Produktwahl gewährleistet werden.

Eine Auflistung aller Produkte bzw. der anbietenden Firmen ist der Produktliste im Anhang zu entnehmen. Die in der Liste angeführten Produkte entsprachen zum Zeitpunkt der Recherche (Juli 2007-März 2008) den definierten Kriterien von "die umweltberatung". Es sei jedoch ausdrücklich darauf hingewiesen, dass sich sowohl Bestandteile eines Produktes als auch andere Parameter wie beispielsweise das Produktionsland oder diverse

Herstellungsmodalitäten ändern können. Daher ist eine regelmäßige Überprüfung der Kriterien oder eine aktuelle Rückfrage bei HerstellerInnen vor dem Kauf empfehlenswert.

Die recherchierten Produkte wurden in insgesamt 8 Produktgruppen eingeteilt. Diese Produktgruppen bestehen wiederum aus unterschiedlich vielen Unterkategorien. Eine genaue Beschreibung der Produktgruppen und ihrer Unterkategorien sowie der entscheidenden Kriterien kann der im folgenden Kapitel angeführten Beschreibung entnommen werden.

A) Gartengeräte

Zu dieser Produktgruppe zählen die Unterkategorien Gartenwerkzeug, Gartenhäcksler, Rasenmäher sowie händische Spindelmäher und Sensen.

Die Produktgruppe Gartengeräte setzt sich aus unterschiedlichsten Produkten zusammen. Es gibt hier Produktkategorien, in denen bereits Umweltzeichen vergeben wurden, wie beispielsweise jene der Gartenhäcksler. Bei anderen Gartengeräten hingegen konnte der Aspekt der Nachhaltigkeit schwieriger angewandt werden, weil wenige Alternativen gefunden wurden (wie in der Kategorie Rasenmäher) bzw. auch weil notwendige Informationen über Produktion und Produktzusammensetzung fehlten.



Gartenwerkzeug

In der Produktgruppe Gartenwerkzeug gibt es derzeit wenige mit einem Umweltgütesiegel ausgestattete Produkte. Viele Waren bestehen aus nicht wieder verwertbaren Materialien oder sind nicht reparierbar. Eine Transparenz in Bezug auf Produktionsland, Herkunft der verwendeten Materialien (Beispiel Holz) sowie deren eventuelle chemische Behandlung ist für die KundInnen häufig nicht gegeben.



Bei der Auswahl von nachhaltigem Gartenwerkzeug ist die Beschaffenheit des Holzstieles/Holzgriffes ein wichtiges Kriterium: Das Holz sollte FSC-zertifiziert sein und/oder aus regionalen Beständen kommen. Wünschenswert ist zudem eine Behandlung des Holzmaterials mit umweltfreundlichen Lasuren oder Wachsen.

Weiters berücksichtigt wurde die Langlebigkeit der Produkte: Viele Produkte werden in Handarbeit gefertigt, was in einer besonders hohen Qualität des Fabrikats resultiert. Die Langlebigkeit wird außerdem durch Reparierbarkeit bzw. Austauschbarkeit von Stielen und anderen Teilen erhöht. Soziale Kriterien und Klimaschutzanforderungen werden besonders dann erfüllt, wenn in der Region, häufig in kleineren Familienbetrieben produzierte Geräte verwendet werden. Die Aufbringung einer lösungsmittelfreien Beschichtung auf Metallteile, wie beispielsweise in Form einer Pulverbeschichtung, ist aus ökologischer Sicht empfehlenswert. Pulverbeschichtete Gartengeräte werden in der Schweiz angeboten. Empfehlenswert sind auch Gartengeräte, deren Metallteile mit umweltfreundlichen bzw. wenig belastenden Lacken oder Farben behandelt wurden. Das „Österreichische Umweltzeichen“ und das „NaturePlus-Zeichen“ haben strenge Auflagen bezüglich umweltbelastender und gesundheitsgefährdender Substanzen in Lacken, Lasuren und Holzversiegelungslacken. Produkte mit den entsprechenden Labels erfüllen sehr hohe

Umweltstandards. Detaillierte Richtlinien für zulässige Lacke können dem Österreichischen Umweltzeichen entnommen werden.



Darauf sollten Sie beim Einkauf achten

- Kaufen Sie Gartengeräte mit einem Griff aus regionalem oder FSC-zertifiziertem Holz, der unbehandelt oder mit umweltfreundlichen Lasuren oder Wachsen behandelt ist.
- Achten Sie auf langlebige, reparierbare Produkte, die in der Region oder zumindest in Europa hergestellt wurden.
- Bevorzugen Sie Waren mit Metallteilen, die pulverbeschichtet oder mit umweltfreundlichen Lacken behandelt wurden.
- Folgende Labels garantieren umweltfreundliche Lacke: das Österreichische Umweltzeichen www.umweltzeichen.at und das NaturePlus-Zeichen www.natureplus.org.

Elektrohäcksler

Garten- bzw. Komposthäcksler sind von abfallwirtschaftlichem Nutzen, weil sperrige Baum- und Strauchabschnitte vor Ort zerkleinert und kompostierfähig aufbereitet werden können. Dies spart Transportwege und erhält den natürlichen Kreislauf. Problematisch ist in dieser Produktgruppe vor allem die erhebliche Lärmbelastung. Zu prüfen ist jedoch auch der Energieverbrauch der Geräte sowie eine mögliche Entsorgung bzw. Wiederverwertung der einzelnen Komponenten.

Die Auswahl der Häcksler in der vorliegenden Produktliste erfolgte ausschließlich nach den Richtlinien des Umweltzeichens „Der Blaue Engel“, da es keine mit dem Österreichischen Umweltzeichen ausgezeichneten Produkte gibt. Die ausgezeichneten Produkte müssen lärmarm sein bzw. den Anforderungen an die Geräuschemission entsprechend der Vorgabe RAL-UZ 54 entsprechen. Mit „Der Blaue Engel“ gekennzeichnete Häcksler sind recyclinggerecht konstruiert, was eine Vermeidung von Beschichtungen und Verbundmaterialien, eine einfache Demontierbarkeit der Geräte und eine Verringerung der Werkstoffvielfalt voraussetzt. Die ProduzentInnen verpflichten sich zur Rücknahme der Geräte nach deren Gebrauch. Kunststoffgehäuse müssen wiederverwertbar sein und verwendete Kunststoffe dürfen keine cadmium- oder bleihaltigen Zusätze enthalten.



Darauf sollten Sie beim Einkauf achten

- Gartenhäcksler, die mit „Der Blaue Engel“ ausgezeichnet sind, sind lärmarm bzw. liegen ihre Geräuschemissionen unter einem definierten Grenzwert.
- Darüber hinaus dürfen bei Geräten, die mit „Der Blaue Engel“ ausgezeichnete sind, keine Kunststoffe mit Cd (Cadmium)- oder Pb (Blei)-haltigen Zusätze verwendet werden.
- Die ProduzentInnen der oben genannten Häcksler verpflichten sich zur Rücknahme und ordnungsgemäßen Entsorgung der Geräte.
- Optimal wäre weiters die Einbeziehung des Energieverbrauchs in die Kaufentscheidung. Zum Zeitpunkt der Recherche war eine Produktauswahl anhand dieses Kriteriums aufgrund des mangelnden Angebotes nicht möglich.

Rasenmäher und händische Spindelmäher

Die Verwendung von motorbetriebenen Rasenmähern stellt eine erhebliche Lärmbelastung dar und schädigt das Klima, weil Strom oder fossile Brennstoffe verbraucht und CO₂ freigesetzt werden. Die Abgase von benzinbetriebenen Rasenmähern enthalten häufig sehr hohe Mengen von Schadstoffen wie beispielsweise krebserregendes Benzol. Es besteht daher ein großer Bedarf an nachhaltigen Alternativen zu den herkömmlichen Produkten.

Aus ökologischer Sicht erfüllen händisch betriebene Spindelmäher bei der Auswahl von Rasenmähern die höchsten Ansprüche: Sie sind klimafreundlich, da keine fossilen Brennstoffe verbraucht und keine Abgase freigesetzt werden. Zusätzliche gesund-



heitliche Vorteile ergeben sich durch die körperliche Betätigung beim Mähen und das Wegfallen der Lärmbelastung. Die Auswahl der Spindelmäher richtet sich nach ihrer Gebrauchstauglichkeit, die von unterschiedlichen Organisationen und KonsumentInnenvereinen getestet wurden (z.B. www.testbericht.de, „Kraut und Rüben“, etc). Für größere Rasenflächen sind auch Elektro-Spindelmäher empfehlenswert, die optimalerweise mit zertifiziertem Ökostrom betrieben werden.

In die Produktliste aufgenommen wurden jedoch auch motorbetriebene Rasenmäher, beispielsweise strombetriebene Modelle oder Akku-Rasenmäher mit besonders lange haltbaren Akkus oder Produkte mit besonders anwender- oder umweltfreundlicher Ausführung.

Besonders sei hier ein Modell hervorgehoben, welches, einzigartig am Markt, mit Ethanol betrieben wird. Bei benzinbetriebenen Rasenmähern wird empfohlen umweltfreundliches Gerätebenzin (Alkylatbenzin) zu verwenden, da dieses saubere Raffinerieprodukt nahezu frei von giftigen, krebserregenden Inhaltsstoffen ist. Außerdem wird die Lebensdauer des Motors dadurch erhöht.



Darauf sollten Sie beim Einkauf achten

- Händisch betriebene Spindelmäher erfüllen höchste ökologische Kriterien.
- Bei der Auswahl von händischen Spindelmäher ist eine durch diverse Organisationen erfolgte Beurteilung der Gebrauchstauglichkeit hilfreich.
- Strombetriebene Rasenmäher oder Spindelmäher stellen eine Alternative dar, wenn sie mit zertifiziertem Ökostrom betrieben werden.
- Verwenden Sie bei strombetriebenen Akku- Modellen nur besonders lang haltbare Akkus.
- Bevorzugen Sie bei benzinbetriebenen Motoren schadstoffarmes Gerätebenzin (Alkylatbenzin). Es handelt sich dabei um ein sehr sauberes Raffinerieprodukt, das nahezu frei von krebserregenden Inhaltsstoffen ist und die Lebensdauer des Motors erhöht.

Sensen

Das Mähen mit der Sense ist die umweltfreundlichste Alternative der Wiesenpflege. Es verbraucht keine fossilen Brennstoffe und erzeugt weder Emissionen noch Lärm. Umweltbewusste Menschen, die in ihrem Garten eine Wiese anlegen und so einen wichtigen Lebensraum für viele Pflanzen- und Tierarten schaffen, greifen auf die Sense als gesundes und für Pflanzen und Tiere schonendes Werkzeug zurück. Bei der Aufnahme von Sensen in die vorliegende Produktliste wurde in erster Linie die Langlebigkeit und hohe Qualität berücksichtigt. Der Sensenstiel der genannten Produkte stammt aus nachhaltig bewirtschaftetem, heimischem Holz. Die Metallteile werden in österreichischen Schmieden, häufig in Familienbetrieben, hergestellt. Dadurch wird gewährleistet, dass bei der Produktion soziale Standards und kurze Transportwege eingehalten werden. Beim Kauf einer Sense aus österreichischer Produktion gibt es im Allgemeinen die Möglichkeit, eine umfassende Beratung in Anspruch zu nehmen oder an einem von den HerstellerInnen angebotenen Sensenmähkurs teilzunehmen, was einen langfristigen Umgang mit der Sense erleichtert.



Darauf sollten Sie beim Einkauf achten

- Bevorzugen Sie qualitativ hochwertige Produkte aus heimischer Produktion.
- Kaufen Sie eine Sense, die auf Ihre Bedürfnisse abgestimmt ist und nutzen Sie das Beratungsangebot von SensenherstellerInnen.
- Achten Sie darauf, dass der Sensenstiel aus heimischem oder FSC-zertifiziertem Holz gefertigt ist!

B) Gartenmöbel

Diese Produktgruppe beinhaltet Holzprodukte, Gartenmöbel und Kinderspielgerät.

Es handelt sich hierbei um eine verhältnismäßig umfangreiche Sammlung von Produkten bzw. HerstellerInnen. Da die bestehenden Labels und Zertifizierungen nur einzelne Umweltaspekte berücksichtigen und andere Auswirkungen nicht miteinbezogen werden, gibt es in dieser Gruppe große Schwankungen von Produkten mit großem Nachhaltigkeitswert bis zu jenen, die gerade noch aufgenommen werden konnten.



So wurden in vielen Fällen Produkte aufgenommen, die FSC-zertifiziert waren, also aus nachhaltiger Waldbewirtschaftung stammten. Ein Teil dieser Produkte waren jedoch mit Holzschutzmitteln behandelt, andere nicht. Es gibt jedoch in dieser Gruppe auch einige Produkte, die alle Kriterien erfüllen und aus ökologischer Sicht einwandfrei sind.

Die Unterkategorie Lacke und Lasuren hingegen ist eine einheitliche Gruppe, die sich an bestehenden Umweltzeichen bzw. Produktzusammensetzungen orientiert.

Holzprodukte

Der Rohstoff Holz wird im Gartensektor in unterschiedlichen Bereichen und Ausführungen eingesetzt. Da das Holz im Außenbereich den Witterungseinflüssen stark ausgesetzt ist, werden häufig robuste, aber nicht immer umwelt- und klimafreundliche Tropenhölzer eingesetzt. Bei heimischen Holzarten werden in der Regel intensive chemische Holzschutzmaßnahmen durchgeführt, um eine Witterungsbeständigkeit des Holzes zu erlangen. Dieses Holz muss als Problemstoff entsorgt werden.

In die vorliegende Liste wurden Holzprodukte aufgenommen, die das FSC- oder PEFC-Zertifikat besitzen und daher nachweislich aus einer nachhaltigen Waldbewirtschaftung stammen. Weiters aufgenommen wurden Holzprodukte, die aus dem regionalen Raum stammen, kurze Transportwege zurücklegen und im Hinblick auf Bewirtschaftungsweise und soziale Kriterien transparent und verträglich sind. Es wurden auch einige Produkte aus FSC-Tropenhölzern aufgenommen, da diese in der Regel nicht chemisch behandelt werden müssen. In jedem Fall aber müssen die verwendeten Holzarten dem Washingtoner Artenschutz-Abkommen entsprechen.

Die höchsten ökologischen Anforderungen werden jedoch erfüllt, wenn ein Produkt aus heimischem Holz gefertigt wird (beispielsweise Hochgebirgslärche, Robinien-, Eichen oder Edelkastanienholz) und dann entweder unbehandelt oder mit umweltfreundlichen Lasuren geschützt zum Einsatz kommt. In der Liste finden sich derartige Beispiele für Terrassenbeläge, Kinderspielgeräte, Konstruktionshölzer, Zäune, Stützstäbe, Rankgerüste und vieles mehr.

Aus ökologischer Sicht besonders interessant ist ein neues Verfahren, mit dem Thermoholz hergestellt wird. Bei diesem Verfahren wird heimisches Holz (beispielsweise Esche) einer

Hitze-Behandlung unterzogen, wodurch es wetterfest und dauerhaft wird und eine ökologische Alternative zu Tropenhölzern und chemisch behandelten Holzprodukten darstellt. Thermoholz kommt zurzeit hauptsächlich im Bereich Bodenbeläge, Zäune und Gartenholz, Fassadenverkleidungen und Gartenmöbel zum Einsatz.

Auch der Einsatz von biotechnischen Verfahren (z. B. Trichoderma-Pilze) stellt eine nachhaltige Alternative dar, wenn deren toxikologische Unbedenklichkeit nachgewiesen ist.



Darauf sollten Sie beim Einkauf achten

- Wählen Sie Holzprodukte aus nachhaltiger Waldbewirtschaftung: Diese ist bei österreichischem Holz sowie bei FSC- oder PEFC-zertifiziertem Holz gewährleistet.
- Vermeiden Sie Produkte, die mit chemischen Holzschutzmitteln behandelt worden sind. Alternativen dazu sind unbehandeltes oder mit umweltfreundlichen Lasuren behandeltes robustes Lärchen-, Robinien-, Eichen- oder Edelkastanienholz.
- Aus ökologischer Sicht besonders interessant sind Thermoholzprodukte, die ohne chemischen Holzschutz auskommen.

Gartenmöbel

Gartenmöbel werden häufig aus Tropenhölzern hergestellt, da diese sehr robust und witterungsbeständig sind. Dies ist mit massiven Abholzungen von Regenwaldflächen verbunden, die zu den bekannten negativen Auswirkungen auf das Weltklima und zu einem Artenschwund von Pflanzen und Tieren in den jeweiligen Gebieten führen. Heimische Holzarten werden in der Regel mit chemischen Holzschutzmitteln behandelt, damit sie witterungsbeständig werden. Diese chemischen Holzschutzmittel stellen jedoch ein großes Gefährdungspotential für die Gesundheit der Menschen und deren Umwelt dar. Die Recherche von nachhaltigen Produkten in diesem Sektor zeigte, dass die ProduzentInnen bestrebt sind, eine ökologische Lösung für dieses Dilemma zu entwickeln. Es gibt bereits vereinzelt Gartenmöbel aus heimischem Holz, die ohne chemischen Holzschutz auskommen. Diese Entwicklung befindet sich jedoch erst in der Startphase.

Bei der Aufnahme von Gartenmöbeln in die vorliegende Produktliste wurde nach den unter Gartenmöbel - Holzprodukte - beschriebenen Kriterien vorgegangen. Entscheidend war in erster Linie der Nachweis, dass das verwendete Holz aus nachhaltiger Waldbewirtschaftung stammt. Gartenmöbel aus Tropenholz wurden aufgenommen, wenn sie eine FSC- oder PEFC-Zertifizierung vorwiesen. Gartenmöbel aus anderen Holzarten, wie beispielsweise aus Kiefernholz, wurden ebenfalls aufgenommen, wenn das Holz FSC- oder PEFC-zertifiziert war oder wenn es nachweislich aus Beständen aus Österreich oder den unmittelbar angrenzenden Nachbarländern stammte. Aus volkswirtschaftlichen und klimaschutzrelevanten Gründen sollte nach Möglichkeit regionalen, österreichischen HerstellerInnen der Vorzug gegeben werden. Leider gibt es im Moment nur sehr wenige heimische HerstellerInnen von Gartenmöbeln. Da es am Markt noch sehr wenige Produkte gibt, die ohne chemischen Holzschutz auskommen, ist der Großteil der Gartenmöbel in der

vorliegenden Liste mit Holzschutzmitteln versehen. Produkte, die unbehandelt oder mit umweltfreundlichen Lasuren behandelt sind, die den strengen Richtlinien des Österreichischen Umweltzeichens entsprechen, sind auf jeden Fall vorzuziehen.

Besonders hervorzuheben sind in diesem Zusammenhang Thermoholzprodukte, die ohne chemischen Holzschutz auskommen, sowie Gartenmöbel aus unbehandeltem Robinien- oder Lärchenholz.



Darauf sollten Sie beim Einkauf achte

- Kaufen Sie Gartenmöbel aus regionalem, heimischem Holz oder wählen Sie Gartenmöbel mit FSC- oder PEFC-Zertifizierung!
- Entscheiden Sie sich nach Möglichkeit für Produkte, die ohne chemischen Holzschutz auskommen! Diese Produkte sind unbehandelt, mit umweltfreundlichen Lasuren gestrichen oder wurden mittels Thermoholzverfahren witterungsfest gemacht.

Kinderspielgeräte aus Holz

Bei Kinderspielgeräten, Spielhäusern und Sandkästen aus Holz gibt es eine ähnliche ökologische Problematik wie bei Gartenmöbeln und anderen Holzprodukten. In vielen Fällen ist die Herkunft des Holzes ungeklärt und es kann nicht ausgeschlossen werden, dass das Holz beispielsweise aus sibirischen Urwaldgebieten im Raubbau abgeholzt wurde. Das Holz für konventionelle Kinderspielgeräte wird mit chemischen Holzschutzmitteln behandelt (Kesseldruckimprägnierung, Lacke, Salzimprägnierungen). Da chemisch behandeltes Holz bei der Entsorgung einen Problemstoff darstellt, hat die Entwicklung von Alternativen hohe Priorität.

In die vorliegende Liste wurden Spielgeräte aufgenommen, die eine FSC-Zertifizierung vorweisen können oder deren Holz nachweislich aus heimischen Beständen stammt. Die meisten Produkte sind mangels besserer Alternativen chromfrei kesseldruckimprägniert. Besonders hervorzuheben ist jedoch ein österreichischer Hersteller, der Spielgeräte aus heimischer, unbehandelter oder mit umweltfreundlichen Lasuren behandelter Hochgebirgslärche herstellt.



Darauf sollten Sie beim Einkauf achten

- Achten Sie darauf, dass Kinderspielgeräte aus heimischem oder aus FSC-zertifiziertem Holz gefertigt wurden.
- Kinderspielgeräte ohne chemische Holzschutzmittel schonen die Umwelt sowie die Gesundheit und sind anderen Produkten vorzuziehen!
- Im besten Fall besteht ein Kinderspielgerät aus unbehandeltem, robustem österreichischem Holz!

C) Gartenzubehör

Zu dieser sehr umfassenden Produktgruppe zählen sämtliche im Garten verwendete Materialien. Folgende Unterteilungen wurden getroffen: Bindschnüre und Rankhilfen, Gartenfolien, Gerätebenzin, Grillzubehör, Hochbeete, Holz allgemein, Holzschutzmittel, Lacke und Lasuren, Kerzen, Komposter, andere kompostierbare Materialien, Pflanzgefäße, Schmierstoffe, Solargeräte sowie Teichzubehör.

In diesem Bereich gibt es sowohl großen Bedarf an Informationen über Produktionsbedingungen, Produktzusammensetzung und Auswirkungen auf die Umwelt. Bei der Aufnahme in die Produktliste wurde in erster Linie die natürliche Beschaffenheit bzw. Kompostierbarkeit der Produkte berücksichtigt. In vielen Fällen fehlten weiterführende Informationen. Das Angebot an alternativen Produkten ist in diesem Sektor nicht groß, daher gibt es gerade in diesem Bereich großen Bedarf an nachhaltigen Produkten!

Bindschnüre und Rankhilfen

Nachhaltige Bindschnüre bestehen aus kompostierbaren Materialien wie beispielsweise Papier, Hanf, Zellulose oder Maisstärke. Herkömmliche Juteschnüre sind aus ökologischer Sicht wenig empfehlenswert. Der Grund dafür sind die langen Transportwege (die Hauptanbaugebiete des Rohstoffes zur Juteerzeugung liegen in Asien und Brasilien) und die sich daraus ergebende negative und klimaschädigende CO₂-Bilanz.



Darauf sollten Sie beim Einkauf achten

- Nachhaltige Bindschnüre sollen kompostierbar sein.
- Verwenden Sie aufgrund der langen Transportwege keine Juteschnüre.
- Bevorzugen Sie regionale Produkte, die aus Hanf, Zellulose, Stärke oder Altpapier hergestellt sind.

Gartenfolien

Nachhaltige Gartenfolien bestehen, im Gegensatz zu den herkömmlichen Kunststofffolien, aus kompostierbaren Materialien. Erwähnenswert sind unter anderem Folien aus Recyclingpapier, Baumwollgaze aus kontrolliert biologischem Anbau und Mulchplatten aus Holzfasern. Leider gibt es in diesem Bereich noch wenige mit dem Umweltzeichen oder anderen Zertifizierungen versehene Produkte.



Darauf sollten Sie beim Einkauf achten

- Nachhaltige Gartenfolien sollen aus kompostierbaren Materialien bestehen.
- Wählen Sie Produkte aus Recyclingpapier, Baumwollgaze und Maisstärke aus kontrolliert biologischem Anbau und bevorzugen Sie Mulchplatten aus Holzfasern.

Gerätebenzin

Umweltfreundliches Gerätebenzin (Alkylatbenzin) ist ein sehr reiner Treibstoff, der fast rauch- und russfrei verbrennt. Es enthält 95% weniger Benzol als herkömmliches Benzin, besitzt nahezu keine gesundheitsschädlichen aromatischen Verbindungen und ist schwefelarm. Zusätzlich erhöht Gerätebenzin die Langlebigkeit der Motoren, da sich keine Ablagerungen an Ventilen und Kolbenringen bilden.

Entwickelt wurde Gerätebenzin in Schweden, um die Krebsrate bei ForstarbeiterInnen zu senken.



Darauf sollten Sie beim Einkauf achten

- Verwenden Sie für Ihre Gartengeräte nur Gerätebenzin (Alkylatbenzin) – dieses ist gut für Ihre Gesundheit und erhöht die Lebensdauer der Motoren.

Grillzubehör

Aufgrund des Einsatzes von leicht entflammaren oder explosiven Anzündhilfen werden beim Grillen oft schwere Unfälle verursacht. Einige Anzündhilfen verursachen zudem giftige oder gesundheitsgefährdende Verdampfungs- und Schwelprodukte, die auch die Lebensmittel verderben können.

In die vorliegende Produktliste wurden daher nachhaltige und ungefährliche Anzündhilfen aufgenommen. Diese Produkte bestehen aus naturreiner Holzwolle aus FSC-zertifiziertem Holz. Es gibt Anzündhilfen aus Holzwolle ohne jegliche Zusätze oder Produkte aus paraffingetränkter Holzwolle. Die aufgenommenen Produkte erfüllen hohe Sicherheitsstandards und reduzieren die Unfallgefahr beim Grillen, weil auf leicht entflammare Zusatzstoffe verzichtet wurde. Die Verpackung sollte optimalerweise lebensmittelgerecht und kompostierbar sein oder rückstandsfrei verbrennen.

Holzkohle sollte aus nachhaltiger Waldbewirtschaftung stammen. Es gibt bereits Holzkohle bzw. auch Briketts mit FSC-Zertifizierung.



Darauf sollten Sie beim Einkauf achten

- Kaufen Sie Anzündhilfen aus unbehandelten Naturmaterialien wie beispielsweise aus unbehandelter Holzwolle.
- Holzprodukte sollten FSC-zertifiziert sein oder aus regionalen Beständen stammen.
- Bevorzugen Sie optimalerweise Produkte ohne Zusatzstoffe. Paraffinhaltige Produkte sind aus Sicherheitsgründen zu empfehlen, sind aber nicht so nachhaltig wie unbehandelte Materialien.
- Wählen Sie auch bei der Grillkohle Produkte mit FSC-Zertifizierung oder aber Holzkohle, die nachweislich aus Österreich stammt.

Hochbeete

Bei der Auswahl von Hochbeeten sollte Produkten aus Naturmaterialien der Vorzug gegeben werden. Für Hochbeete aus Holz gelten die im Kapitel Holz allgemein genannten Empfehlungen. In die Liste aufgenommen wurden auch Hochbeete aus Recycling-Kunststoff, die mit dem Umweltzeichen „Der blaue Engel“ ausgestattet sind.



Darauf sollten Sie beim Einkauf achten

- Hochbeete aus unbehandeltem, heimischem Holz bzw. aus FSC-Holz sind die beste ökologische Alternative.
- Weiters empfehlenswert sind Hochbeete aus Recycling-Kunststoff, die mit dem Umweltzeichen „Der blaue Engel“ versehen sind.

Holz allgemein

Die Kriterien für die Aufnahme von Holzprodukten in die vorliegende Liste sind dem Punkt Gartenmöbel – Holz allgemein zu entnehmen.

Bei Regentonnen, Pflanzgefäßen und Wasserbottichen sind Produkte aus heimischem, witterungsbeständigem Holz ohne Holzschutzmittel vorzuziehen.

Holzschutzmittel

Im Gartenbereich werden zur Oberflächenbehandlung von Holzprodukten, wie beispielsweise Zäunen, Pergolen oder Bodenbelägen, unterschiedlichste Lacke und Lasuren verwendet. Häufig werden zum Schutz vor Schädlingen, insbesondere vor Pilzen, zusätzlich Holzschutzmittel aufgebracht.

Chemische Holzschutzmittel enthalten Biozide, die für verschiedene Schädlinge giftig sind und auch zu starken Beeinträchtigungen der menschlichen Gesundheit führen können (Auslöser von Allergien, krebserregende Stoffe usw.). "die umweltberatung" empfiehlt daher, möglichst auf chemische Holzschutzmittel zu verzichten. Im Bedarfsfall wird die Verwendung von Borsalzen empfohlen, die verhältnismäßig ungiftig sind. Für Holzteile im Außenbereich, die einen Holzschutz benötigen, wie beispielsweise Holz im Erdreich, Schwellen von Holzhäusern etc., gibt es als umweltfreundlichste Alternative „Thermoholz“, das aufgrund einer Hitzebehandlung resistent gegenüber Pilzbefall ist. Kesseldruckimprägniertes Holz ist zwar hinsichtlich seiner Entsorgung problematisch. Es ist aber dennoch eine vergleichsweise akzeptable Alternative zur privaten Verwendung von Holzschutzmitteln. Auf Holzschutzmittel kann durch konstruktiven (baulichen) Holzschutz und eine geeignete Oberflächenbehandlung in vielen Fällen verzichtet werden!



Darauf sollten Sie beim Einkauf achten

- Auf den Einsatz von Holzschutzmitteln kann in vielen Fällen durch bauliche Maßnahmen, die richtige Holzwahl und eine umweltschonende Oberflächenbehandlung verzichtet werden.
- Im Bedarfsfall wird die Verwendung von umweltfreundlichem „**Thermoholz**“ oder aber von verhältnismäßig weniger toxischen **Borsalzen** empfohlen.
- **Druckimprägniertes Holz** ist dem eigenen Streichen mit herkömmlichen umweltschädigenden Holzschutzmitteln auf jeden Fall vorzuziehen!

Lacke und Lasuren

Die geeignetsten Oberflächenbehandlungsmittel für Holz im Freien sind Lasuren und Lacke. Lasuren lassen die Maserung des Holzes durchscheinen und sind für den Außenbereich besonders gut geeignet, weil durch Risse eintretendes Wasser wieder entweichen kann und nicht, wie bei einer lackierten Oberfläche, zu Fäulnis führt. Mit Lasuren behandeltes Holz behält zudem seine Diffusionsoffenheit bei.

Beim Lackieren von Holz wird die Oberfläche vollständig versiegelt. Bei Verletzungen der Lackschicht muss daher die ganze Fläche erneuert werden. Lacke enthalten Bindemittel, Pigmente, Lösungsmittel und Zusatzstoffe. Da besonders die Lösemittel häufig gesundheitsschädlich sind, ist es sinnvoll, lösemittelfreie, wasserverdünnbare Produkte zu wählen. Produkte mit Bindemitteln aus Naturstoffen sind jenen auf Erdölbasis vorzuziehen. Sie dringen tiefer in das Holz ein und gewährleisten einen besseren Feuchtigkeitsschutz.

Alternative Hersteller bieten Anstrichstoffe auf Basis erneuerbarer pflanzlicher Rohstoffe an. Diese sind einfacher aufgebaut, besitzen ein geringeres Störfallrisiko während der Produktion sowie des Transports und gewährleisten eine atmungsfähige Oberflächengestaltung mit geringer elektrostatischer Aufladung. Zudem werden sie häufig regional produziert. Bei der Auswahl von Lacken und Lasuren hilft einerseits das Österreichische Umweltzeichen, andererseits die Zeitschrift „Ökotest“, die Produkte auf dem deutschen Markt testet. Das deutsche Umweltzeichen „Der blaue Engel“ bietet bei dieser Produktgruppe zurzeit keine Orientierung, weil die Kriterien relativ „tolerant“ sind.



Darauf sollten Sie beim Einkauf achten

- Für die Oberflächenbehandlung von Holz im Außenbereich eignen sich am besten **Lasuren und Lacke** von AlternativherstellerInnen **auf Basis erneuerbarer pflanzlicher Rohstoffe** oder aber Produkte, die nachweislich **lösemittelfrei** und **wasserverdünnbar** sind. Eine Orientierungshilfe beim Kauf gibt das **Österreichische Umweltzeichen** oder das deutsche Testmagazin „**Ökotest**“.

Kerzen

Bei der Bewertung von nachhaltigen Kerzen werden einerseits der Rohstoff der Kerzen und andererseits mögliche Gesundheitsbelastungen durch freigesetzte Chemikalien berücksichtigt. Der Großteil der im Handel erhältlichen Kerzen wird aus Paraffin hergestellt, das ein Bestandteil von Erdöl ist und aus der Schmierölproduktion stammt. Besseren Kerzen wird Stearin zugesetzt, da dieses den Schmelzpunkt erhöht. Bis vor kurzem wurde Stearin aus Schlachthofabfällen gewonnen, in der Kerzenherstellung wird aber seit einigen Jahren auch Stearin aus Palmöl und Kokosfett verwendet.

Das umweltfreundlichste und nachhaltigste Ausgangsmaterial für Kerzen ist regionales Bienenwachs, das auch gesundheitlich unbedenklich ist. Weiters empfehlenswert sind Stearinkerzen aus Palmöl oder Kokosfett. Bei diesem Ausgangsstoff haben jedoch weite Transportwege einen negativen Einfluss auf die Ökobilanz und die Produkte sind nur empfehlenswert, wenn ökologische und soziale Produktionsbedingungen zutreffen.

Farbige Paraffin- und Stearinkerzen enthalten zudem häufig gesundheitsbedenkliche und umweltschädliche Substanzen wie beispielsweise halogenorganische Verbindungen, polyzyklische Moschus-Verbindungen, Schwefel und Chrom. Unbedenklich sind Kerzen, die von „Ökotest“ als solche eingestuft wurden. Eine gewisse Sicherheit bieten auch Kerzen mit dem RAL-Gütezeichen.



Darauf sollten Sie beim Einkauf achten

- Die bestmögliche ökologische Alternative stellen Kerzen aus regionalem Bienenwachs dar. Pflanzliche Stearinkerzen sind ferner zu empfehlen, wenn soziale und ökologische Produktionsbedingungen transparent und verträglich sind.
- Gefärbte Paraffin- und Stearinkerzen können gesundheits- und umweltschädigende Substanzen enthalten. Aufschluss darüber geben die Ergebnisse der Zeitschrift „Ökotest“. Das RAL-Gütezeichen schließt das Vorhandensein gewisser Schadstoffgruppen aus.

Komposter

Ein Kompostbehälter zur Kompostierung von Garten- und Küchenabfällen ist ein elementarer Bestandteil im naturnahen Garten. Die Kompostierung bringt abfallwirtschaftliche Vorteile mit sich und sie ermöglicht einen geschlossenen Nährstoffkreislauf im Garten. Nicht alle Kompostbehälter bestehen jedoch aus nachhaltigen Materialien.

In die vorliegende Liste wurden in erster Linie Komposter aus Naturmaterialien bzw. aus Holz aufgenommen, da dieses dem Naturkreislauf wieder rückgeführt werden kann. Das Holz sollte FSC-zertifiziert sein oder aus regionalen, österreichischen Beständen stammen. Es gibt Komposter mit FSC-Zertifizierung, die chromfrei kesseldruckimprägniert sind. Umweltfreundlicher sind in jedem Fall Kompostbehälter aus unbehandeltem Lärchenholz oder aus anderen unbehandelten heimischen Hölzern.

Für GartenbesitzerInnen, die auf keinen Fall ein Holzprodukt verwenden wollen, empfehlen wir Kompostbehälter aus Recycling-Kunststoff. Die betreffenden, im Handel erhältlichen Produkte sind mit dem Blauen Engel ausgezeichnet. Dies schließt eine Verwendung von folgenden Materialien aus: Polyvinylchlorid (PVC); Kunststoffabfälle mit polybromierten Biphenylen (PBB) und polybromierten Diphenylethern (PBDE) als Flammschutzmittel; mit voll- oder teilhalogenierten organischen Treibmitteln getriebenes Polyurethan; Produktions- und Verarbeitungsabfälle sowie rückgeführte Mängelprodukte.



Darauf sollten Sie beim Einkauf achten

- Ein Komposter aus unbehandeltem heimischen oder FSC-zertifiziertem Holz ist die beste ökologische Alternative. Ferner zulässig sind chromfrei kesseldruckimprägnierte Komposter aus heimischem oder FSC-Holz.
- Bei Kompostbehältern aus Kunststoff sind nur jene Produkte empfehlenswert, die aus Recycling-Kunststoff bestehen und mit dem Blauen Engel ausgestattet sind.

Kompostierbare Materialien

Kompostierbare Materialien sind aus pflanzlichen Fasern und Materialien hergestellt und daher vollständig biologisch abbaubar. Diese werden aus Zellulose und/oder Stärke verschiedener Kulturpflanzen erzeugt. Verwendete Pflanzen sind meist Mais, Kartoffel, Kokos, Bambus, Baumwolle etc. Bedenklich ist jedoch die unklare Herkunft mancher Fasern, die zur Herstellung solcher Produkte verwendet werden, weswegen heimische Erzeugnisse bevorzugt werden. Das Umweltzeichen „Der Blaue Engel“ zeichnet kompostierbare Pflanzentöpfe, Abdeckprodukte und Schnüre aus.



Darauf sollten Sie beim Einkauf achten

- Mit „Der Blaue Engel“ zertifizierte Produkte sind empfehlenswert.
- Bevorzugen Sie heimische Produkte.

Pflanzgefäße

Bei Pflanzgefäßen gibt es eine große Auswahl an Materialien. Als besonders nachhaltig und daher empfehlenswert gelten kompostierbare Pflanzgefäße, Gefäße aus Recyclingmaterial und Tontöpfe. Die Vor- und Nachteile kompostierbarer



Materialien finden sich im Kapitel Gartenzubehör – kompostierbare Materialien. Recyclingkunststoffprodukte sind herkömmlichen PVC- oder PE-Kunststoffen vorzuziehen. Bei Tontöpfen ist besonders auf das Herkunftsland zu achten. Die meisten Tonprodukte

werden aus dem asiatischen Raum importiert. Auf Grund der oft fraglichen sozialen und ökologischen Bedingungen in Asien sind Tontöpfe aus Europa zu bevorzugen.



Darauf sollten Sie beim Einkauf achten

- Verwenden Sie kompostierbare Pflanzgefäße, Gefäße aus Recyclingmaterial und Tontöpfe.
- Verzichteten Sie auf PVC- oder PE-Pflanztöpfe.
- Achten Sie bei Tontöpfen auf das Herkunftsland und kurze Transportwege.

Schmierstoffe

Fast jeder Erdölkonzern bietet bereits „Bio-Schmierstoffe“ an. Um ganz sicher zu gehen, dass es sich bei diesen Produkten auch wirklich um umweltverträgliche bzw. umweltschonende Schmierstoffe handelt, ist eine Zertifizierung notwendig. Daher erfolgte die Auswahl streng sowohl nach den Richtlinien des Österreichischen-, Deutschen- („Der Blaue Engel“) und des Europäischen Umweltzeichens (European Eco-Label). Die Vergabekriterien dieser Zeichen beziehen sich sowohl auf die besonders rasche Bioabbaubarkeit als auch auf die Gewässertoxizität oder Giftigkeit für Wasserlebewesen (in Deutschland: „ökotoxikologische Wirkung“ – Schädlichkeit für die Umwelt) aller Inhaltsstoffe. Weiters werden Schmierstoffe, welche aus rein pflanzlichen Ölen, also ohne Erdölzusätze, hergestellt werden, besonders empfohlen.



Darauf sollten Sie beim Einkauf achten

- Verwenden Sie Schmierstoffe aus rein pflanzlichen Ölen.
- Bei Erdölprodukten achten Sie auf folgende Umweltzeichen: „Das Österreichische Umweltzeichen“, „Der Blaue Engel“, „European Eco-Label“.

Solargeräte

Photovoltaik Geräte für den Gartenbereich, wie zum Beispiel Lampen für den Außenbereich und Pumpensysteme für den Teich oder Springbrunnen, sind auf Grund ihrer klimafreundlichen Stromerzeugung als nachhaltig zu bezeichnen und daher empfehlenswert. Produkte, ausgezeichnet mit dem Österreichischen Umweltzeichen oder dem deutschen Pendant „Der Blaue Engel“ besitzen noch zusätzlich cadmiumfreie Batterien. Weiters dürfen bei Sonnenkollektoren zur Warmwassergewinnung keine galvanisch beschichteten Absorber verwendet werden.



Darauf sollten Sie beim Einkauf achten

- Produkte mit dem Österreichischen Umweltzeichen oder dem deutschen Pendant „Der Blaue Engel“ besitzen cadmiumfreie Batterien und sind besonders zu empfehlen.

Teichzubehör

Die gängigsten Teichfolien bestehen aus PE (Polyethylen), PVC (Polyvinylchlorid) und EPDM (Synthese-Kautschuk). Das Problem bei PVC- und PE- Folien sind eine Vielzahl an unterschiedlichen Weichmachern, die sich im Teichwasser lösen können. Bei den Weichmachern handelt es sich meist um Phthalate. Das sind komplizierte organische Verbindungen, die teils hormonähnlich sind und reproduktions- bzw. entwicklungstoxisch wirken. Außer den daraus resultierenden ökologischen Problemen werden diese Folien mit den Jahren spröde und es treten Risse auf. Umweltfreundlicher, fischverträglicher und langlebiger sind Produkte aus Synthese-Kautschuk (EPDM). Es gibt jedoch relativ wenige Anbieter solcher Folien im deutschsprachigen Raum. Teiche aus Lehm sind die Alternative zu Folienteichen, sie sind jedoch nur unter professioneller Anleitung anzulegen, da sehr schnell undichte Stellen entstehen können.



Darauf sollten Sie beim Einkauf achten

- Lehmteiche sind zwar ökologisch die beste Alternative, jedoch nur unter professioneller Anleitung anzulegen (Gefahr von Rissen)
- EPDM-Kautschukfolien sind langlebiger, fischfreundlicher und umweltverträglicher als PE- und PVC-Folien.

D) Naturschutzprodukte

In diese Produktgruppe fallen sämtliche Produkte, die die heimische Tierwelt fördern, wie z.B. Vogelnistkästen, Vogelfuttersysteme und Insektenhotels.

Die aufgenommenen Naturschutzprodukte erfüllten das Kriterium der Nachhaltigkeit dadurch, dass sie eine fördernde Maßnahme für die heimische Tierwelt darstellten. Dadurch ergab sich eine verhältnismäßig homogene Gruppe. Es gibt in diesem Bereich eine große Bandbreite von angebotenen Produkten. Zukunftsweisend wären hier noch mehr regional erzeugte Produkte aus natürlichen und nachhaltig erzeugten Materialien.

Viele Tierarten finden in Siedlungsräumen und Gärten zuwenig Verstecke und Nistplätze, oder es fehlt das entsprechende Futterangebot. Davon betroffen sind vor allem diverse Vogelarten sowie Insekten wie beispielsweise Wildbienen. Das Anbringen von Vogelnistkästen, Vogelfuttersystemen oder Bienenhotels kann die heimische Tierwelt bzw. die Artenvielfalt fördern. Derartige Artenschutzmaßnahmen sind jedoch nur bei entsprechender naturnaher Gartengestaltung und -bewirtschaftung insgesamt als positiv zu bewerten.

Das Hauptkriterium für die Aufnahme von Naturschutzprodukten in die vorliegende Liste war daher die Förderung der Artenvielfalt bzw. der heimischen Tierwelt.

Einige Produkte wurden aufgrund ihrer besonders guten Eignung für Tiere von einschlägigen Organisationen oder Institutionen empfohlen (z. B. BirdLife, Naturschutzbund). Bezüglich der Auswahl des Materials ist darauf zu achten, dass die Rohstoffe nachhaltig gewonnen



wurden und nach Möglichkeit in den Naturkreislauf zurückgeführt werden können. So ist Produkten aus Holz im Gegensatz zu synthetischen Materialien eindeutig der Vorzug zu geben. Besonders ökologisch sind Produkte aus heimischen Waldbeständen oder FSC-/PEFC-zertifizierte Produkte, die chemisch nicht behandelt oder nur mit umweltfreundlichen Lasuren behandelt wurden. Soziale Mindeststandards sind nur bei einer Produktion im europäischen Raum bzw. bei Produktionsstätten in Übersee mit entsprechender Zertifizierung garantiert. Daher wurden im EU-Raum hergestellte Produkte besser bewertet. Hervorzuheben sind in dieser Produktgruppe jene HerstellerInnen, die im Rahmen von sozialökonomischen Projekten arbeiten und daher vom sozialen Standpunkt gesehen besondere Aufwertung bekommen.



Darauf sollten Sie beim Einkauf achten

- Naturschutzprodukte, die von entsprechenden Tier- oder Artenschutzorganisationen empfohlen wurden, sind für die jeweilige Tierart optimal geeignet.
- Bevorzugen Sie nach Möglichkeit Produkte aus natürlichen Materialien wie Holz, da diese in den Naturkreislauf rückgeführt werden können. Holzprodukte sollten aus österreichischen Beständen stammen oder das FSC-/PEFC-Siegel tragen und nicht chemisch behandelt sein!
- Bei Produkten aus dem EU-Raum sind soziale Mindeststandards garantiert. Besonders hohe soziale Standards erfüllen Waren, die in sozialökonomischen Projekten hergestellt wurden.

E) Saatgut und Pflanzen

Diese einheitliche Produktgruppe beinhaltet biologisch erzeugtes Saatgut sowie biologische Pflanzenproduktion.

Die aufgenommenen Produkte entsprechen durchwegs den Richtlinien des biologischen Landbaus oder sie weisen entsprechende BIO-Zertifizierungen auf. Es gibt in dieser Produktgruppe ein relativ großes Angebot an nachhaltigen Produkten.

Besonders im Frühjahr wird der Markt von einer Unzahl an Saatgut, Saatgutmarken und Pflanzen überschwemmt. Nur biologisch zertifiziertes Saatgut und Pflanzen sind zu empfehlen. Bei biologisch zertifizierten Produkten handelt es sich um ungebeiztes Saatgut aus gentechnisch unveränderten Pflanzen, die zumindest in einer Generation biologisch erzeugt wurden. Die Auswahl an Saatgut und Pflanzen folgte dem Betriebsmittelkatalog für die biologische Landwirtschaft in Österreich, der Hilfsstoffliste des Forschungsinstitutes für biologischen Landbau (FiBL) in der Schweiz und der FiBL-Betriebsmittelliste für den ökologischen Landbau in Deutschland. Die gelisteten Gärtnereien und Anbieterinnen von Jungpflanzen sind größtenteils zertifizierte Bio-Betriebe. Ein weiteres wichtiges Kriterium ist die Regionalität und die damit verbundene standortgerechte Pflanzenwahl. Saatgut und Pflanzen, die an die vorherrschenden Standortbedingungen (Höhenlage, Klima, Boden) angepasst sind und aus der jeweiligen Region (teils aus Züchtungen von kontrollierten Wildsammlungen) stammen, sind zu bevorzugen. Dies ist besonders bei Wiesenmischungen wichtig.



Darauf sollten Sie beim Einkauf achten

- Kaufen Sie nur biologisch zertifiziertes Saatgut (siehe Kontrollsiegel und -nummer am Produkt)
- Wählen Sie Pflanzen aus biologisch produzierenden Gärtnereien.
- Verwenden Sie standortgerechte Wiesenmischungen, die in Ihre Region passen.

F) Pflanzenschutz

Diese Produktgruppe setzt sich zusammen aus natürlichen, pflanzlichen bzw. ökologisch verträglichen Pflanzenschutzmitteln sowie aus mechanischen Pflanzenschutzmaßnahmen und im Pflanzenschutz einsetzbaren Nützlingen.



Die ausgewählten Produkte entsprechen den Richtlinien des biologischen Landbaus. Das Angebot im Bereich Pflanzenschutz ist im Vergleich zu anderen Produktgruppen gut. Eine Erweiterung des Angebotes wäre aufgrund des großen Bedarfs in diesem Sektor dennoch angebracht.

Die aufgenommenen Produkte entsprechen durchwegs den Richtlinien des biologischen Landbaus oder sie weisen entsprechende BIO-Zertifizierungen auf. Es gibt in dieser Produktgruppe ein relativ großes Angebot an nachhaltigen Produkten.

Pflanzenschutz allgemein

Grundsätzlich beruht der Umgang mit Schädlingen und Krankheiten im „nachhaltigen Garten“ auf Vorbeugung statt Bekämpfung. Dies erfolgt unter anderem durch standortgerechte Pflanzenwahl, Fruchtfolge und Mischkultur im Gemüsebeet. Ist der Einsatz von Pflanzenschutzmitteln erforderlich, so empfiehlt sich auch beim Einsatz von biologischen Mitteln dies mit Maß und Ziel durchzuführen. Empfehlenswert sind Produkte auf natürlicher, pflanzlicher Basis wie z.B. Fenchelöl, Pechnelkenextrakt, Schachtelhalmextrakt, Präparate auf Rapsölbasis, Niemölprodukte und noch vieles mehr. Homöopathische Pflanzenschutzmittel, sofern sie von einer Forschungsstelle überprüft wurden, können auf Grund ihrer stark verdünnten Konzentrationen ebenfalls verwendet werden. Weiters werden Schmierseifen, die nachweislich als „ungiftig“ gelten, empfohlen. Kurz seien hier die Produkte des indischen Niembraumes erwähnt, da diese derzeit den Gartensektor überschwemmen. Es werden verschieden Teile dieses Baumes genutzt und als Pflanzenschutzmittel angeboten. Niempressekuchen, Niemgranulat, Niemsamen, Niemöl (wird aus Samen gewonnen) etc. werden im Handel angeboten und speziell im Biolandbau gegen Schädlinge eingesetzt. Tatsächlich sind die Inhaltsstoffe des Niembraumes noch nicht klar erforscht und es werden eventuell nützlingsgefährdende Stoffe vermutet. Gegen verschiedene Obstschädlinge werden Pheromonfallen, welche einfach angewandt werden können, empfohlen. Gegen Schnecken wirken die bereits erwähnten Niemsamen, ein

„Schneckenkorn“ mit dem Österreichischen Umweltzeichen, das aus einem natürlich im Boden vorkommenden Wirkstoff (Eisen-III-Phosphat) besteht und vor allem mechanische Hilfsmittel, die im folgendem Kapitel beschrieben werden. Die Auswahl an Pflanzenschutzmitteln orientiert sich an den Bio-Austria-Richtlinien, der FiBL-Hilfsstoffliste für den biologischen Landbau in der Schweiz und der FiBL-Betriebsmittelliste für den ökologischen Landbau in Deutschland.



Darauf sollten Sie beim Einkauf achten

- Verwenden Sie natürliche Produkte auf pflanzlicher Basis und nur jene die auch im biologischen Landbau zugelassen sind!
- Achtung es gibt in diesem Bereich viele „Trittbrettfahrer“, die „bio“ oder „nützlingsschonend“ auf die Verpackung schreiben. Im Zweifelsfall können Sie bei "die umweltberatung" Informationen erhalten.

Mechanischer Pflanzenschutz

Besonders gut eignen sich mechanische Pflanzenschutzmittel bei der nachhaltigen Gartenbewirtschaftung, weil so auf den Einsatz von Spritzmitteln verzichtet werden kann. Schneckenzäune eignen sich hervorragend zur Schneckenbekämpfung. Bei der Materialwahl wird Stahlblech den PVC-Kunststoffen vorgezogen. Versuche mit Kupferdraht und breiter gefassten Kupferringen als Schneckenabwehr sind derzeit noch im Versuchsstadium und daher nur begrenzt empfehlenswert. Andere Schädlinge können durch mechanische Abwehrmöglichkeiten wie Insektengitter, Ameisen- und Wühltierabwehrgeräte bekämpft werden. Nur elektrische Geräte, die solar- als auch windbetrieben werden, gelten als nachhaltig und können daher empfohlen werden. Abdeckfolien aus kompostierbaren Materialien schützen vor Minierfliegen, Leimringe und Wellpapperringe verhindern Spritzungen gegen Apfelwickler oder Frostspanner sowie Gelbtafeln gegen Trauermücken, Weiße Fliege und Kirschfruchtfliege.



Darauf sollten Sie beim Einkauf achten

- Wählen Sie Schneckenzäune aus Stahlblech oder Kupfer (auf Kunststoff sollte im Garten möglichst verzichtet werden)
- Bevorzugen Sie solar- oder windbetriebene Ameisen- und Wühltierabwehrgeräte.

Nützlinge

Als besonders wirksam hat sich der Einsatz von Nützlingen im biologischen Pflanzenschutz erwiesen. Alle in Österreich erhältlichen Nützlinge müssen von der „Österreichischen Agentur für Gesundheit und Ernährung“ (www.psm.ages.at) geprüft werden. Nur zugelassene Organismen dürfen eingesetzt werden. Derzeit gibt es eine österreichische Firma, die diese anbietet. Da die häufigsten Bezugsquellen größtenteils Firmen aus Deutschland und der Schweiz sind, liegt es an den KonsumentInnen, sich über die Zulassungen zu erkundigen. Aktuelle Zulassungen finden sich im Pflanzenschutzmittelregister. Generell sind einheimische Nützlinge zu bevorzugen, die im „Nützlingseinsatz“ lokal in Massen freigesetzt werden, wo sich Schädlinge massiv ausbreiten konnten. Ideal wäre es, Strukturen im Garten zu schaffen, wo ein natürliches Gleichgewicht von Schädlingen und Nützlingen herrschen kann.



Darauf sollten Sie beim Einkauf achten

- Prinzipiell sind einheimische Nützlinge zu bevorzugen.
- Falls Sie Nützlinge aus dem Ausland beziehen, erkundigen Sie sich vorher im Pflanzenschutzmittelregister der „AGES“ (www.psm.ages.at) über etwaige Zulassungen.

G) Pflanzenstärkung und Dünger

Zu dieser Produktgruppe zählen Pflanzenstärkungsmittel allgemein sowie Bodenverbesserer und Dünger.

Die ausgewählten Produkte entsprechen den Richtlinien des biologischen Landbaus. Das Angebot an alternativen Pflanzenstärkungsmitteln und Düngern ist zufriedenstellend. Die aufgenommenen Produkte entsprechen durchwegs den Richtlinien des biologischen Landbaus oder sie weisen entsprechende BIO-Zertifizierungen auf. Es gibt in dieser Produktgruppe ein relativ großes Angebot an nachhaltigen Produkten.



Pflanzenstärkung allgemein

Stärkungsmittel werden aus pflanzlichen Rohstoffen, aus Mikroorganismen und aus Seemuschelkalk gewonnen, die das Wachstum, die Gesundheit und die Vitalität der Pflanze fördern. Die Auswahl an Pflanzenstärkungsmitteln in der folgenden Produktliste richtet sich nach dem Betriebsmittelkatalog für die biologische Landwirtschaft in Österreich, der Hilfsstoffliste des Forschungsinstitutes für biologischen Landbaus (FiBL) in der Schweiz und der FiBL-Betriebsmittelliste für den ökologischen Landbau in Deutschland. Die homöopathischen Pflanzenstärkungsmittel sind dem Katalog des Zentrums für klassische Homöopathie in Kassel entnommen worden. Bei den eingesetzten Mikroorganismen handelt es sich um gentechnisch nicht veränderte Organismen (siehe Bio-Austria Kriterien).



Darauf sollten Sie beim Einkauf achten

- Kaufen Sie Pflanzenstärkungsmittel natürlichen Ursprungs, und nur jene die auch im biologischen Landbau zugelassen sind!
- Verwenden sie Stärkungsmittel immer nur in Maßen!

Bodenverbesserer

Bodenverbesserer dienen dazu, Böden gegebenenfalls aufzulockern, den pH-Wert zu regulieren und dadurch die Bodenaktivität der Mikroorganismen zu erhöhen. Dazu eignen sich vor allem Gesteinsmehle, wie Basalit-/Dialit- Urgesteinsmehl, Magnesiumkalk, Naturgips und andere Kalkmehle. Urgesteinsmehl besteht hauptsächlich aus Silikaten, deren Eigenschaft es ist, Stickstoff als Ammonium NH_4 zu binden und so den Boden vor Auswaschung zu schützen. Empfohlen werden Gesteinsmehle ausschließlich natürlichen Ursprungs (siehe Bio-Austria-Richtlinie), die aus dem europäischen Raum stammen.



Darauf sollten Sie beim Einkauf achten

- Achten Sie auf die Herkunft der Gesteinsmehle – verwenden Sie österreichische Produkte bzw. Produkte aus dem EU-Raum!
- Wählen Sie Gesteinsmehle, die der Bio-Austria Richtlinie entsprechen (Informationen bei "die umweltberatung" oder direkt im „Betriebsmittelkatalog der biologischen Landwirtschaft in Österreich“).

Dünger

Kompost und organischer Dünger sind schnelllöslichem synthetischem Dünger vorzuziehen, da die Erzeugung der synthetischen Komponenten mit hohem Energieaufwand erfolgt. Zusätzlich zerstört die Anwendung solcher Dünger das ökologische Gleichgewicht des Bodens.

Zu den organischen Düngern zählen vor allem verschiedene Kompostpräparate, Kräuterextrakte, Regenwurm Kot, allgemein Präparate aus pflanzlichen Bestandteilen und Hornspänen.

Bei der Verwendung von Stallmist und Hornspänen im Garten ist darauf zu achten, dass diese aus Extensivtierhaltung stammen (siehe Bio-Austria-Richtlinie). Allgemein ist bei organischen Düngemitteln auf die Herkunft und die sich daraus ergebenden langen Transportwege zu achten. So wird z.B. Guano unter ökologisch und sozial bedenklichen Bedingungen meist in Afrika oder Südamerika abgebaut und ist daher nicht nur auf Grund des langen Weges nach Europa nicht empfehlenswert.



Durch den intensiven Einsatz von Pflanzenstärkungsmitteln und Düngern im konventionellen Gartenbau und der Landwirtschaft und den sich daraus resultierenden Problemen, wie die Zerstörung der Bodenökologie, die daraus entstehende Verarmung der Böden und die Verschmutzung des Trinkwassers, sollten auch die organischen Düngemittel im naturnahen Garten nur mit Maßen eingesetzt werden. Vor dem Einsatz von Düngemitteln empfiehlt es sich daher, durch eine Bodenprobe die Nitratkonzentration und den pH-Wert feststellen zu lassen. Im Allgemeinen erfolgte die Auswahl der Düngemittel nach dem Betriebsmittelkatalog für die biologische Landwirtschaft in Österreich, der Hilfsstoffliste des Forschungsinstitutes für biologischen Landbau (FiBL) in der Schweiz und der FiBL-Betriebsmittelliste für den ökologischen Landbau in Deutschland.



Darauf sollten Sie beim Einkauf achten

- Kaufen Sie nur organische Düngemittel und nur jene, die auch im biologischen Landbau zugelassen sind!
- Achten Sie auf die Herkunft der Düngemittel (am besten österreichische Produkte bzw. Produkte aus dem EU-Raum verwenden)!
- Stallmist und Hornspäne sollte nur aus Extensivtierhaltung (siehe Bio-Austria-Richtlinie) stammen!
- Verwenden Sie Dünger immer nur in Maßen!
Die meisten Gartenböden sind vielfach überdüngt. Als Faustformel gilt: Eine Schaufel Kompost pro m² und Jahr!

H) Substrate

Hier wird unterschieden in die Unterkategorien Erden, Mulchmaterialien und Steine.

Im Bereich der Substrate gibt es große Unterschiede hinsichtlich des Angebotes und der Nachvollziehbarkeit von ökologischen Kriterien. In der Kategorie Erden gibt es eine Reihe von nachhaltigen und auch zertifizierten Produkten. Viele Produkte stammen jedoch nicht aus Österreich oder sie sind in Österreich gar nicht erhältlich. Zukunftsweisend wären in diesem Sektor biologische und regional hergestellte Erden.



Bei den Mulchmaterialien konnten einige wenige nachhaltige Produkte ausfindig gemacht werden. Beim Großteil der im Handel angebotenen Produkte gibt es weder Informationen hinsichtlich des Produktionslandes noch einer etwaigen chemischen Behandlung des Produktes.

Auch im Bereich Steine erwies es sich als schwierig, nachhaltige Alternativen anzugeben. Bei Steinen, die im Gartenfachhandel angeboten wurden, war nicht ersichtlich, aus welchem Land sie stammen. Steine, die aus Asien importiert wurden, waren nicht nachweislich ohne

Kinderarbeit hergestellt. Die einzige Alternative in diesem Sektor sind Steine, die aus heimischen Steinbrüchen gewonnen und von regionalen Steinmetzbetrieben verarbeitet werden.

Erden

Die meisten im Handel erhältlichen Erden enthalten in unterschiedlichen Mengenzusammensetzungen Torf, das in Mooren abgebaut wird. Moore zählen zu den am meisten gefährdeten Lebensräumen Europas. Durch den



Torfabbau besonders im osteuropäischen Raum werden diese Lebensräume unwiederbringlich zerstört. Daher hat die Substitution von Torf in Kultursubstraten und Bodenverbesserern durch aufbereitete biogene Abfälle bzw. umweltgerechte Alternativen höchste Priorität.

Bei der Auswahl von nachhaltigen Erden ist daher das wesentlichste Kriterium, dass diese keine Torfbestandteile enthalten. Die Inhaltsstoffe/Rohstoffe müssen für die KonsumentInnen auf der Verpackung klar ersichtlich sein, gleiches gilt für das Herkunftsland.

Weitere Positivkriterien für die Aufnahme in die vorliegende Liste sind die Regionalität des Produktes und die Erfüllung der Richtlinien der Bio Austria, der FiBL-Hilfsstoffliste für den biologischen Landbau in der Schweiz sowie der FiBL-Betriebsmittelliste für den ökologischen Landbau in Deutschland.

Mit dem Österreichischen Umweltzeichen ausgezeichnete Produkte entsprechen besonders hohen Umwelanforderungen:

Die Erden müssen auf jeden Fall torffrei sein, die verwendeten organischen Rohstoffe sind biogene Reststoffe bzw. stammen aus der Wiederverwertung von Abfällen. Die mineralischen Rohstoffe werden nicht in ökologisch wertvollen und erhaltenswerten Gebieten abgebaut. Organische und anorganische Rohstoffe müssen laut Düngemittel-VO als Ausgangsstoffe für Bodenhilfsstoffe und Kultursubstrate zulässig sein.

Die Verpackungsmaterialien müssen zudem frei von halogenierten organischen Verbindungen sein.



Darauf sollten Sie beim Einkauf achten

- Achten Sie beim Kauf von Erde darauf, dass diese zumindest torffrei ist.
- Bevorzugen Sie Erden, die aus der Region stammen und die entsprechend der Richtlinien der Bio Austria für den biologischen Landbau zugelassen sind.
- Höchste ökologische Anforderungen erfüllen Produkte, die mit dem Österreichischen Umweltzeichen versehen sind!

Mulche

Rindenmulch wird in vielen Gärten als unkrauthemmende und vor Verdunstung schützende Bodenaufgabe verwendet. Problematisch ist, dass für die KundInnen beim Kauf nicht ersichtlich ist, aus welchem Land das Holz stammt. Einige HerstellerInnen behandeln das Mulchmaterial zudem vor dem Verpacken mit Fungiziden, um es vor Schimmelbefall zu schützen.

Die Auswahl an Abdeckmulch in der folgenden Produktliste richtet sich nach den Richtlinien der Bio-Austria sowie der FiBL-Hilfsstoffliste 2007. Entsprechend dieser Richtlinien darf das Holzprodukt nach dem Schlag nicht chemisch behandelt werden. Die Behandlung von Rindenmulchprodukten mit Fungiziden ist daher nicht erlaubt. Diese Richtlinien entsprechen Mindeststandards für nachhaltige Produkte. Wünschenswert wäre die Verwendung von Holzprodukten aus biologischer Waldbewirtschaftung, die den Einsatz von Pestiziden untersagt. Ein Angebot von Rindenmulchprodukten aus nachhaltiger Waldbewirtschaftung mit FSC- Zertifizierung, bzw. die Verwendung von nachweislich regionalem Holz, sind ein wichtiges Kriterium für Nachhaltigkeit. Auch in dieser Produktgruppe ist im Hinblick auf positive Klimaschutzeffekte Produkten mit dem kürzesten Transportweg der Vorzug zu geben. Die Gütekriterien des Rindenmulchs müssen den Anforderungen des RAL-Gütezeichens 250 „Rinde für Pflanzenbau“ der Gütegemeinschaft „Substrate für den Pflanzenbau e.V.“ entsprechen. Ein zusätzliches positives Kriterium ist ein Verpackungsmaterial ohne halogenierte organische Verbindungen. In jedem Fall müssen aber auf der Verpackung das Herstellungsland/die Region, eine Deklaration, ob das Produkt chemisch behandelt wurde oder nicht, sowie eine ev. Zertifizierung angegeben sein.



Darauf sollten Sie beim Einkauf achten

- Kaufen Sie chemisch unbehandelten Rindenmulch aus der Region. Bei überregionaler Herkunft des Produktes sollte das Holz zumindest FSC-zertifiziert sein.
- Wählen Sie Rindenmulch aus regionaler, biologischer Waldbewirtschaftung.

Steine

Bei der Auswahl von nachhaltig produzierten Steinen für den Gartenbedarf spielt das Herkunftsland eine große Rolle. Der Großteil der bei uns für Bodenbeläge oder Gartendekoration verwendeten Steine stammt aus Indien oder China und legt weite Transportwege zurück. In den Herkunftsländern werden häufig keine sozialen Mindeststandards eingehalten. Kinderarbeit unter menschenunwürdigen Bedingungen sowie die Arbeit von unter Schuldknechtschaft stehenden Erwachsenen ist keine Seltenheit.

In Österreich abgebaute Steine legen kurze Transportwege zurück und sind daher im Hinblick auf ihre CO₂-Bilanz besonders klimafreundlich. Zudem gibt es in Österreich gesetzliche Rahmenbedingungen für die Einhaltung von Umweltstandards sowie für die Einhaltung sozialer Kriterien.

Es wird daher die Verwendung von heimischen, regionalen Steinen aus Österreich

empfohlen. Ferner empfehlenswert sind auch Steine aus dem europäischen Raum (EU), da auch hier die Einhaltung sozialer Kriterien erfüllt werden muss.

Eine Transparenz hinsichtlich des Produktionslandes und der Abbaubedingungen ist für KundInnen unbedingt erforderlich und muss am Produkt ersichtlich sein.

Bei Steinen aus entfernten EU-Ländern ist allerdings der längere Transportweg zu berücksichtigen, der einen negativen Einfluss auf die Ökobilanz hat. Bei Steinen, die im europäischen Raum nicht vorkommen und aus Asien importiert werden, muss die Einhaltung sozialer Mindeststandards sowie das Verbot von Kinderarbeit unbedingt gewährleistet sein. Das „Xertifix“ Siegel garantiert bei Produkten aus Asien, dass diese garantiert ohne Kinderarbeit hergestellt wurden.



Darauf sollten Sie beim Einkauf achten

- Kaufen Sie nach Möglichkeit Steine, die in Österreich abgebaut wurden und kurze Transportwege zurückgelegt haben. Fragen Sie bei regionalen Steinmetzbetrieben nach. Österreichische Steinbrüche finden Sie auch unter www.steinzentrum.org unter der Kategorie Steinland.
- Bei Steinen aus dem EU-Raum kann davon ausgegangen werden, dass soziale Mindeststandards eingehalten werden und keine Kinderarbeit eingesetzt wird. Zu berücksichtigen sind in diesem Fall die etwas längeren Transportwege.
- Bei Steinen aus Asien sollte unbedingt darauf geachtet werden, dass soziale Mindeststandards sowie das Verbot von Kinderarbeit eingehalten werden! Das „Xertifix“-Siegel garantiert eine Produktion ohne Kinderarbeit.

5.1.6 Nachhaltige Gartenprodukte, die im Handel schwer erhältlich sind

Einige nachhaltige Produkte sind derzeit nur im Internet erhältlich, manche nur in einem bestimmten Baumarkt oder Gartenfachcenter. Wünschenswert ist, dass nachhaltige Produkte möglichst leicht auf verschiedene Arten und an vielen Orten erhältlich sind.

Im Zuge der Produktrecherchen wurden in allen Produktkategorien nachhaltige Produkte gefunden. Diese sind jedoch für KonsumentInnen teils schwer erhältlich, oder die Auswahl ist sehr begrenzt. Erschwerend kommt hinzu, dass am Point of Sale für KonsumentInnen nicht leicht erkennbar ist, welche Produkte des Sortiments nachhaltig sind und welche nicht. Herstellungsland, Transportkilometer, Bestandteile und soziale Produktionsbedingungen sind oft nicht ersichtlich. Ein „Klimaschutzpickerl“ oder Nachhaltigkeitsaufkleber mit Energieverbrauch, wie derzeit in der Baustoffbranche angedacht, wäre auch für Gartenprodukte eine gute Lösung.

Einige nachhaltige Produkte sind derzeit nur im Internet erhältlich, manche nur in einem bestimmten Baumarkt oder Gartenfachcenter. Wünschenswert ist, dass nachhaltige Produkte möglichst leicht auf verschiedene Arten und an vielen Orten erhältlich sind.

Bei folgenden Produkten empfehlen wir, den Nachhaltigkeitsaspekt besser zu deklarieren und das Sortiment zu vergrößern:

Gartenmöbel

- Gartenmöbel aus heimischem FSC-Holz oder Thermoholz, nur mit umweltfreundlichen Lasuren behandelt
- Rollliege aus FSC-/heimischem Holz, chem. unbehandelt
- Polsterbox aus FSC-/heimischem Holz, chem. unbehandelt

Gartenwerkzeug

- Gartenwerkzeug aus österreichischen Schmieden, reparierbar, mit Qualitätsgarantie für Jahre; Entsorgung unproblematisch
- Mechanische Unkrautbeseitigungs-Kehrmaschine
- Händischer Vertikutierer
- Gebraucht-Gartengerätebörse
- Pendel-/ Radhacke als Alternative zur Motorhacke

Gartenwerkzeug

- Handspindelmäher, Elektrospindelmäher
Spindelmäher
 - Reparaturgütesiegel und Reparaturnetzwerk für Gartengeräte
- Rasenmäher
 - (Bio-) Ethanolbetriebene Rasenmäher
- Gartenhäcksler
 - Lärmarme Häcksler mit reduziertem Stromverbrauch

Gartenzubehör

Gartenfolie und Bindematerial

- Verrottbare Abdeckfolien aus umweltfreundlichem Material
- Verrottbare, schadstofffreie Mulchfolien/Mulchpapiere
- Kompostierbare Clips zum Aufbinden von Pflanzen
- Umweltfreundliche Folien für Garagen-, Carport- und Dachbegrünung

Holz

- Holz- und Holzprodukte aus heimischen Beständen, chem. unbehandelt bzw. nur mit umweltfreundlichen Lasuren
- Unimprägnierte Baumstützen
- Rankhilfen/Stützen für Stauden aus unbehandeltem Holz
- Gebrauchte Wein-, Bierfässer und Holzwannen für Regentonnen, Planschbecken oder Pflanztröge
- Komposter aus unbehandeltem FSC-/heimischem Holz
- Korbgeflechte und Produkte aus regionaler, nachhaltiger Bewirtschaftung

Kinderspielgeräte

- Schaukelgerüste aus FSC-/heimischem Holz, chem. unbehandelt
- Sandkästen und Kindertische aus FSC-/heimischem Holz, chem. unbehandelt

Schmierstoffe

- Schadstoffarmes spezielles Gerätebenzin (Alkylatbenzin) für benzinbetriebene Motorgeräte

Solar

- Solar-Elektro-Schneckenzaun
- Solar-Wasserpumpen

Teichfolien

- umweltfreundliche Teichfolien, Lehmziegel, Tonmatten

Pflanzgefäße

- Verrottbare, regional erzeugte Blumentöpfe aus Recycling-Materialien (z.B. Sägespäne statt Kokosfasern) bzw. aus gentechnikfreien Materialien (Mais!)
- Verrottbare, regional erzeugte, torffreie Anzuchtöpfe aus Abfall-Materialien

Bewässerung

- Regenwassertonnen aus Holz mit Überlaufregler
- Gartenschlauch ohne PVC und Weichmacher
- Rollende Gießkanne, Gießkannentrolley
- Tonbehältergießsysteme für Urlaubsbewässerung



Foto: www.mazedistribution.com

Naturschutzprodukte

- Vogelhaus aus FSC-/heimischem Holz, chemisch unbehandelt
- Futtersilo aus Kunststoff in Europa hergestellt
- Nistkästen für Eichhörnchen, Schmetterlinge und viele andere Tiere mit

- Kamera zur Beobachtung
- Insektenfreundliche Natriumdampflampen für Außenbereich

Pflanzen und Saatgut

- Standortgerechte und regional gesammelte/kultivierte Kräuterrasen-/Blumenrasenmischungen

Pflanzenschutz

- Verrottbarer Baumschutz gegen Wildverbiss
- Unkrautbeseitigung mit Heißschaum

Nützlinge

- Laufentenverleih zur Nacktschneckenreduktion

Substrate –

Erden

- Breiteres Angebot an regional erzeugten Bio-Erden

Mulche

- Rindenmulch und Holzhäcksel aus heimischem, chem. unbehandeltem Holz; ev. FSC-zertifiziert, nachträglich unbehandelt
- Regional erzeugte Mulchmaterialien mit geringem/ohne Gerbstoffanteil

Steine

- In Österreich abgebaute Steine/Steinprodukte oder zertifizierte Steine mit kontrollierten sozialen Abbaubedingungen

5.1.7 Innovative nachhaltige Gartenprodukte, die am österreichischen Markt fehlen

Einige Gartenprodukte und Gartenprodukt Dienstleistungen konnten selbst bei ausführlicher Recherche nicht gefunden werden. Diese Produkte haben bei entsprechender Vermarktung ein hohes Entwicklungspotential. Der Bereich Bio-Zimmerpflanzen beispielsweise hätte unserer Meinung nach ein enormes Marktpotential. Erfreulich ist, dass die Liste der am Markt fehlenden Produkte relativ kurz ist. Dies bedeutet, dass es zu vielen konventionellen Produkten bereits eine nachhaltige Alternative am Markt gibt, auch wenn diese schwer erkennbar oder schwer erhältlich ist. Neue Erfindungen und Nischenprodukte können wir allerdings nicht vorhersehen.



Foto: www.indigo.org

Gartenwerkzeug

- Fahrrad-Spindel-Rasenmäher ("Mowerbike")
- Geräteverleih mit Kaufoption (Ausweitung des Sortiments: Sensen, Handspindelmäher)
- Dienstleistung Schafverleih zum Mähen von Wiesen

Gartenzubehör

- Sitzauflagen für Gartenmöbel aus Ökotextilien
- Ökologische Gartenhandschuhe (aus Ökotextilien, Ökoleder bzw. schadstoffgeprüft)

Bindeschnüre

- Bindeschnüre aus Brennnessel- oder Hanffasern

Gartenzubehör-Holz

- Ausrollbare Liegematte aus heimischem, unbehandeltem Holz

Naturschutzprodukte

- Flexibel verstellbare Einfluglöcher bei Nistkästen
- Bio-Vogelfutter

Pflanzen

- Bio-Zimmerpflanzen aus Österreich
- Bio-Wasserpflanzen
- Bio-Balkonpflanzen

Resümee:

Einige nachhaltige Gartenprodukte sind einerseits schwer erhältlich, andererseits schwer erkennbar. Eine bessere Kennzeichnung und eine Ausweitung des Produktsortiments würden den Einkauf erleichtern. Einige Produkte fehlen noch gänzlich in nachhaltiger Qualität. Diesen räumen wir große Marktchancen ein.

5.1.8 Umsetzungskonzept für Projektpartner bellaflora

"die umweltberatung" erstellte für eine österreichische Gartenfachmarktkette (bellaflora) ein auf ihre Bedürfnisse zugeschnittenes Umsetzungs-Konzept zur Förderung der nachhaltigen Produktpalette. Nach der Analyse des bestehenden Sortiments und der Marketingstrategie für nachhaltige Produkte wurden Maßnahmen zur Sortimentserweiterung vorgeschlagen und Anregungen für eine Verbesserung der Markenstrategie gegeben.

bellaflora ist ein österreichisches Unternehmen und bietet in den 23 Filialen ein breites Sortiment an nachhaltigen Produkten an. bellaflora vermarktet nachhaltige Produkte unter drei eigenen Handelsmarken und bietet auch nachhaltige Produkte von anderen AnbieterInnen an. Die nachhaltigen Produkte der Handelsmarken werden, wenn möglich, in der Region um die Filiale hergestellt und werden nach strengen Richtlinien kontrolliert. Damit ist bellaflora ein Wegbereiter für den Verkauf von nachhaltigen Produkten im Gartenbereich. Im Umsetzungskonzept wird empfohlen in der Kommunikation verstärkt auf die Regionalität hinzuweisen. Es wurden Werbemaßnahmen und PR-Aktionen des Projektpartners für die nachhaltigen Gartenprodukte geplant.

Um eine Umsatzsteigerung für die angebotenen Produkte zu erzielen, sollten im Vorfeld Maßnahmen zur Information der KundInnen getroffen werden. Das Konzept macht Vorschläge, wie die Präsentation und Produktverpackung der nachhaltigen Produkte am POS optimiert werden kann. Um die Orientierung der KundInnen zu erleichtern wird angeregt, dass die Produkte gut gekennzeichnet sind. Das Konzept enthält die Empfehlung, alle nachhaltigen Produkte unter der Handelsmarke biobella zusammenzufassen. "die umweltberatung" empfiehlt weiters, ein klares Leitsystem für die nachhaltigen Produkte

einzuführen. Das Konzept enthält konkrete Vorschläge zur Optimierung der bereits vorhandenen Druckwerke und gibt Anregungen für Aktionen, die die Aufmerksamkeit der KundInnen auf nachhaltige Produkte lenken sollen.

Um die KundInnen auch durch fachliche Beratung bei der Wahl nachhaltiger Gartenprodukte unterstützen zu können, wurde ein Schulungskonzept für das Verkaufspersonal zum Thema Umweltschutz, Naturgarten, Ökologie und nachhaltige Gartenbewirtschaftung bzw. nachhaltige Gartenprodukte entwickelt.

In der Gartensaison 2008 werden Teile des Konzeptes von bellaflora umgesetzt. Biologische Produkte, die bisher unter verschiedenen Kompetenzmarken angeboten wurden, werden nun unter der Kompetenzmarke biobella verkauft. Bio- Erden, Bio-Dünger und Bio-Setzlinge werden verstärkt in Flugblättern und Radispots beworben. Beim Relaunch der Homepage wurden Produktbeschreibungen des Bio-Sortiments erstellt. Im elektronischen Newsletter gibt es Beiträge über Bio-Produkte. Weiters wurde bei bellaflora eine Arbeitsgruppe zum Thema Nachhaltigkeit gegründet. Sie plant Maßnahmen zur weiteren Ökologisierung des Sortiments.

5.2 Online-Leitfaden für die erfolgreiche Vermarktung und Einführung von nachhaltigen Produkten im Garten-Fachhandel

Der Leitfaden gibt Tipps und Informationen über die Besonderheit der Vermarktung ökologischer Gartenprodukte. Er enthält einen Überblick über Produkte und Produktgruppen, die in nachhaltiger Qualität am Markt angeboten werden. Der Leitfaden listet die Labels und Kontrollzeichen auf, mit denen kontrollierte nachhaltige Produkte ausgezeichnet werden. Eine genaue Bewertung der Produkte gibt wichtige Entscheidungshilfen für das erfolgreiche Etablieren eines nachhaltigen Gartensortiments. Es ist sinnvoll, bei der Einführung nachhaltiger Gartenprodukte mit einem Grundsortiment zu beginnen und dieses Schritt für Schritt auszuweiten. Alle angebotenen Produkte müssen ökologischen und sozialen Standards entsprechen. Der Leitfaden enthält eine Aufzählung der wichtigsten Produktgruppen, in denen nachhaltige Gartenprodukte erhältlich sind, und welche Labels sie tragen.

Die erfolgreiche Vermarktung von nachhaltigen Produkten bedient sich aller Instrumente des konventionellen Marketings. In der Kommunikation ist es jedoch wichtig, dass der Mehrwert Nachhaltigkeit und faire Produktion hervorgehoben werden. Die potenziellen Zielgruppen für nachhaltige Gartenprodukte können nur dann angesprochen werden, wenn das Angebot abseits jeglichen Öko-Images angeboten wird. Nachhaltige Produkte dürfen weder in der Funktion noch im Aussehen hinter konventionellen Produkten zurückstehen.

HändlerInnen bekommen Tipps, worauf sie beim Einkauf der nachhaltigen Produkte achten sollten. Erfolgreiche Beispiele für die Vermarktung von nachhaltigen Gartenprodukten sollen dazu beitragen Vorbehalte abzubauen. Der Leitfaden enthält eine Beschreibung der

potenziellen Zielgruppen für nachhaltige Gartenprodukte und gibt praktische Tipps für die Vermarktung nachhaltiger Gartenprodukte.

Der Leitfaden erscheint als eigene Publikation.

6 Detailangaben in Bezug auf die Ziele der Programmlinie

6.1 Beitrag zum Gesamtziel der Fabrik der Zukunft

Dieses Projekt unterstützt die Erreichung des Ziels der Programmlinie „Fabrik der Zukunft“, nachhaltige Produkte zu entwickeln bzw. innovativ zu vermarkten. Innovationsimpulse für die österreichische Wirtschaft werden gesetzt, bei denen zugleich wichtige Schritte für eine nachhaltige Entwicklung gesetzt werden.

- Nachhaltige Gartenprodukte werden größtenteils aus nachwachsenden Rohstoffen erzeugt und die Produktion erfolgt durch ökologischen bzw. nachhaltigen Anbau. Die weitere Verarbeitung und Ausrüstung unterliegt ökologischen und sozialen Kriterien.
- Durch das Projekt „Nachhaltige Produkte im Garten-Fachhandel positionieren“ kann eine nachhaltige Entwicklung in der Gartenbranche gefördert werden. Nachhaltige Produkte können auch im Gartenbereich aus der Öko-Nische zum gesunden Trend-Produkt und zu höheren Marktanteilen gelangen.
- Ziel des Projekts ist die Stärkung des Angebots nachhaltiger Gartenprodukte im österreichischen Garten-Fachhandel.
- Eine optimierte Vermarktung nachhaltiger Gartenprodukte erhöht die langfristige Wettbewerbsfähigkeit und stärkt den Unternehmenswert.
- Das erarbeitete Konzept könnte in einem weiteren Schritt vom Projektpartner als Vorzeigeprojekt (Leuchtturm der Innovation) im Sinne der Programmlinie „Fabrik der Zukunft“ umgesetzt und evaluiert werden und als Motivation für andere HändlerInnen dienen. Teile des Konzepts werden bereits in der Gartensaison 2008 bearbeitet.
- Die Motivation der Garten-FachhändlerInnen, nachhaltige Gartenprodukte verstärkt in ihr Sortiment aufzunehmen und in adäquater Form zu vermarkten, wird erhöht.
- Durch das Wahrnehmen sozialer und ökologischer Verantwortung kommt es zur Image-Aufwertung von Garten-Fachgeschäften, die gezielt nachhaltige Gartenprodukte vermarkten. Zusätzlich werden Umwelt- und Gesundheitsbelastungen reduziert.
- ProduzentInnen nachhaltiger Gartenprodukte werden durch Erhöhung des Absatzes von nachhaltigen Gartenprodukten gestärkt und die Grundlagen für eine potenzielle Vergrößerung des Sortiments im Fachhandel gelegt.
- Es werden Innovationsimpulse für die österreichische Wirtschaft gesetzt, um am Markt fehlende, nachhaltige Garten-Produkte zu entwickeln.
- Eine Steigerung der nachhaltigen Gartenbewirtschaftung kann somit gefördert und die Umweltbelastungen reduziert werden.

- Durch die im Rahmen des Projekts durchgeführte Öffentlichkeitsarbeit wurden KonsumentInnen über Nachhaltigkeit sowie deren Potenzial zur Verbesserung der Lebens- und Umweltbedingungen informiert.

6.2 Einbeziehung der Zielgruppen

- In der Desk-Research sowie durch unsere täglichen Erfahrungen am Service-Telefon werden die Bedürfnisse der **österreichischen GartenbesitzerInnen** und ihr Einkaufsverhalten in Bezug auf konventionelle und nachhaltige Gartenprodukte erhoben. Diese fließen direkt in den Leitfaden „Vermarktungs-Strategien für nachhaltige Gartenprodukte“ ein.
- Die **KonsumentInnen**, die bereits mit dem Thema vertraut sind als auch weniger umweltinteressierte KundInnen, profitieren von den entsprechend aufbereiteten Informationen zum Thema „Nachhaltigkeit“.
- Ein Umsetzungskonzept zur Einführung und Vermarktung nachhaltiger Gartenprodukte wird gemeinsam mit einem Partner aus dem **Garten-Fachhandel** erstellt. Dadurch kann er als Vertreter des Handels bereits in der Phase der Konzepterstellung Erfahrungen sowie Wünsche, Ideen und Bedürfnisse des Handels einbringen. Aufbauend auf den Bedürfnissen der KonsumentInnen, den Ergebnissen der Marktrecherche und den Best-Practice-Beispielen wurde das Konzept erstellt.
- Weiters werden gemeinsam mit dem Projektpartner Maßnahmen für die nachfolgende Umsetzung des Konzepts erstellt. Dazu zählen sowohl Marketing- und Informationsmaßnahmen als auch ein Konzept für die Schulung des **Verkaufspersonals** erarbeitet und vorbereitet.
- **ProduzentInnen** werden bei der Erhebung der vorhandenen Produkte und bei der Erstellung eines Sortimentkatalogs einbezogen. Dabei werden Ideen für innovative, nachhaltige Produkte an sie weitergeleitet. Durch den Umsetzungspartner ist die Vernetzung zum zukünftigen Absatzmarkt für ProduzentInnen gewährleistet.
- Der Leitfaden sowie die Erfahrungen, die bei der Umsetzung gemacht wurden, werden dem **Gartenfachhandel und der Innung für GärtnerInnen und FloristInnen** zur Verfügung gestellt.
- **Das vielfältige Angebot an Gartenprodukten ist nicht transparent bezüglich ökologisch** und sozial hergestellter Waren und deren ProduzentInnen. MarktteilnehmerInnen, die sich ökologisch orientieren wollen, fehlt es häufig an Information und an PartnerInnen. Durch das vorliegende Projekt wurden die Stakeholder des österreichischen Garten-Fachhandels informiert und bereits teilweise vernetzt.
- Durch ein an die Zielgruppe angepasstes Marketing und bessere Erkennbarkeit nachhaltiger Produkte wird die Zufriedenheit der KundInnen erhöht und der Umsatz gesteigert.

- Die Ergebnisse der Studie werden bei der Jahreshauptversammlung der GärtnerInnen und FloristInnen im Juni 2008 präsentiert.

6.3 Verbreitungs- bzw. Umsetzungspotenzial

Nachhaltige Produkte liegen im Trend und erfreuen sich deutlicher Umsatzsteigerungen. So verzeichnet der österreichische Lebensmittelhandel im Bereich Bio-Lebensmittel starke Zuwächse, die im zweistelligen Bereich liegen. Nach Bio-Lebensmitteln und Naturkosmetik erobern derzeit ökologisch und fair hergestellte Textilien den europäischen Markt. In den Konsumpräferenzen der KonsumentInnen ist eine deutliche Tendenz von „Innen nach Außen“ zu beobachten. Zuerst wurden Bio-Lebensmittel gekauft. Sie werden direkt aufgenommen. Danach stieg die Akzeptanz für Bio-Kosmetik. Sie wird direkt auf die Haut aufgetragen. Derzeit gewinnt gerade die nächste Schicht an Bedeutung, nämlich Ökotextilien, die direkt auf der Haut getragen werden.

Nach einer ökologischen Gestaltung der Wohnumwelt, ist der Kauf von ökologischen Gartenprodukten der nächste logische Schritt. Die KonsumentInnen wollen sich in einer gesunden Umgebung aufhalten.

Der Garten hat in den vergangenen Jahren als "Nahest-Rückzugsgebiet" an Bedeutung gewonnen. Laut dem deutschen Zukunftsinstitut suchen besonders junge Familien Häuser aber auch Wohnungen mit der persönlichen Grünoase. Dieser Trend schlägt sich bereits seit geraumer Zeit auch wirtschaftlich bei Baumärkten, Gartencentern und GartengestalterInnen nieder. Nachhaltige Gartenprodukte befinden sich derzeit in einem Nischenmarkt. Die Sensibilität der Bevölkerung für gesunde Gartenprodukte steigt. Die neue Zielgruppe der LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability) bildet einen viel versprechenden Zukunftsmarkt für nachhaltige Produkte. Diese Gruppe konsumiert gern und bewusst, wenn die Produkte am Markt verfügbar sind.

In Zeiten der Corporate Social Responsibility muss auch der Handel mit der Ausweitung seines Sortimentes auf nachhaltige Produkte reagieren. Derzeit ist Klimaschutz DAS große Thema. ÖsterreicherInnen geben in Befragungen an, dass die Klimaproblematik für sie wichtig ist und auch zu Verhaltensänderungen führt. Es ist also zu erwarten, dass die KundInnen ein Angebot an nachhaltigen Produkten auch annehmen.

7 Schlussfolgerungen zu den Projektergebnissen

Die wesentliche Erkenntnis des Projekts ist der massive Informationsbedarf über den Unterschied zwischen konventionellen und nachhaltigen Gartenprodukten bei den KonsumentInnen, ProduzentInnen und VerkäuferInnen. In Österreich ist der **Informationsgrad der Bevölkerung und des Handels** bezüglich nachhaltiger Gartenprodukte niedrig. Die flächendeckende und einfache Verfügbarkeit von nachhaltigen Gartenprodukten ist für die KonsumentInnen nicht gegeben. Vor allem im österreichischen Online-Handel herrscht noch großer Handlungsbedarf.

"die umweltberatung" setzt dort an, wo der größte Bedarf besteht, nämlich in der Information der Öffentlichkeit. 2008/09 werden nachhaltige Gartenprodukte ein Jahresschwerpunkt der **Öffentlichkeitsarbeit** von "die umweltberatung" sein. Aus den Ergebnissen der Recherche des österreichischen Gartenmarktes wurden eine Sortimentsliste mit Labelangaben und eine Bezugsquellenliste für KonsumentInnen und HändlerInnen erstellt. Ein Infoblatt und eine **Beschreibung der Produktgruppen** sowie eine Information über das Projekt wurden auf die Homepage www.umweltberatung.at gestellt. Das **Infoblatt** „Klimaschutz durch nachhaltige Gartenprodukte“ informiert über nachhaltige Gartenprodukte und -pflege, die Produktgruppen und weist auf die Kriterien hin. Beide KundInnengruppen („Grüne“ und „noch nicht Grüne“ werden hier angesprochen. Beide Produkte stehen auf www.umweltberatung.at als Download zur Verfügung und werden auf Wunsch zugesendet.

Der im Projekt erarbeitete Marketing-Leitfaden dient dem Handel als Anregung und Unterstützung für die Vermarktung von nachhaltigen Gartenprodukten. "die umweltberatung" steht den ProduzentInnen und dem Handel bei der Einführung der Produkte gerne beratend zur Seite.

"die umweltberatung" stellt über das Projekt hinaus ProduzentInnen und HändlerInnen die Ergebnisse und das erarbeitete Know-How zur Verfügung.

8 Ausblick/Empfehlungen

Chancen, Schwierigkeiten, Risiken:

Auf Grund der Recherchen und der Meinung der ExpertInnen entstand die Ansicht, dass es möglich ist, den Markt für nachhaltige Gartenprodukte zu verbessern. Der Trend nach Bio, Wellness und Gesundheit ist stark steigend. Der persönliche Grünraum wie Garten, Balkon und Terrasse gewinnt immer mehr an Bedeutung und ist für die ÖsterreicherInnen ein wesentlicher Faktor für eine Verbesserung der Lebensqualität. Begleitend dazu muss jedoch **Bewusstseinsbildung** für die Bedeutung, Wirkung und die Qualitätsunterschiede für nachhaltige Garten-Produkte erfolgen.

Zusätzlich zu www.fabrikderzukunft.at sind www.umweltberatung.at und www.marktcheck.at als Plattformen für KonsumentInnen und MultiplikatorInnen geeignet. Die Sortimentsliste von nachhaltigen Garten-Produkten und der Labelkatalog sollen auf diesen Websites KonsumentInnen, HändlerInnen und ProduzentInnen zugänglich sein.

Beispiele aus der Schweiz zeigen, dass Kooperationen mit Non-Profit-Organisationen, die sachlich und unabhängig über die Thematik informieren, die Glaubwürdigkeit eines Themas heben.

Wesentlich ist, dass die Problematik konventioneller Gartenprodukte aufgezeigt wird und Lösungen angeboten werden. Gleichzeitig muss den KonsumentInnen durch starke Marken

und glaubwürdige Labels Klarheit und Sicherheit bei der Information und bei der Kaufentscheidung geboten werden.

Eine leichte und flächendeckende Verfügbarkeit der Produkte würden das Kaufverhalten wesentlich beeinflussen, zur Erhöhung des Marktanteils führen und den Kauf sowie die Verwendung von nachhaltigen Produkten fördern. Dies wäre ein wesentlicher Beitrag zum Klimaschutz sowie nachhaltiger Gartengestaltung und –pflege.

Weiterführende Forschungs- und Entwicklungsarbeit:

Als ein mögliches Folgeprojekt schlägt "die umweltberatung" vor, konsequente Imagepflege für nachhaltige Gartenprodukte zu betreiben und einen **Einkaufsratgeber** für nachhaltige Gartenprodukte herauszugeben. Zielgruppe dafür sind KonsumentInnen, ProduzentInnen und HändlerInnen. Der Ratgeber beschreibt die verschiedenen Produktgruppen und die Kriterien nachhaltiger Gartenprodukte. Zusätzlich werden viele Tipps zur nachhaltigen Gartenpflege vermittelt. Ein ausführlicher Adress- und Literaturteil rundet die Information ab.

Eine jährliche **Tagung mit Produktbörse** als Plattform zwischen GartengestalterInnen, -pflegerInnen, Handel und ProduzentInnen, VertreterInnen der öffentlichen Grünflächen und VertreterInnen der Fachverbände würde den Informationsfluss und den Informationsstand erhöhen. Gleichzeitig könnten die neuesten Produkte oder Verbesserung von Waren präsentiert werden. Neue Erkenntnisse werden in Fachvorträgen vorgestellt. Erfahrungen und Praxistipps können ausgetauscht werden. In Zusammenarbeit der verschiedenen Fachbereiche (PlanerInnen, Handel und Industrie) können neue innovative Produkte auf den Bedarf der nachhaltigen Gartenpflege und –gestaltung abgestimmt und entwickelt werden. Neue Vermarktungsideen können entstehen.

Durch die Einrichtung einer **Hotline** könnten KundInnen direkt und persönlich zu nachhaltigen Produkten beraten werden.

In Zusammenarbeit mit VertreterInnen von öffentlichen Grünflächen und ProduzentInnen können **Pilot- und Vorzeigeprojekte** für eine nachhaltige Gartenpflege und –gestaltung entstehen.

Einige Gartenprodukte und Gartenproduktdienstleistungen konnten selbst bei ausführlicher Recherche nicht gefunden werden. Diese Produkte haben bei entsprechender Vermarktung ein hohes Entwicklungspotential.

9 Quellenverzeichnis

APA online Journal 01.04.08: Gartengestaltung wird professioneller.
<http://journale.apa.at/cms/journale/>

Centrale Marketing-Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft mbH (CMA). 2007: Marktstudie Gartenerlebnis – Eine Untersuchung bei Gartenbesitzern in Deutschland. Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle für Erzeugnisse der Land-, Forst- und Ernährungswirtschaft GmbH, Bonn.

Das Buch der 7 Siegel: Was uns Gütesiegel versprechen, was sie halten und brechen; OEDAT Ökodatenbank Österreich.

Die grünen Seiten ÖKO Adressbuch 2007: OEDAT Öko-Datenbank Österreich.

Die Verbraucher Initiative e.V. 2005: Leitsysteme für nachhaltige Produkte im Einzelhandel. Verkaufsfördernde Verbraucherkommunikation am Point of Sale, Berlin Marketagent.com. 2005: Online Shopping – „rosige Aussichten“. Online research, Wr. Neudorf.

E. Wenzel, A. Kirig, C. Rauch 2007: Zielgruppe LOHAS. Wie der grüne Lifestyle die Märkte erobert. Zukunftsinstitut GmbH, Kelkheim..

Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL) 2007: Betriebsmittelliste 2007 für den ökologischen Landbau in Deutschland. Heinelt Service+Druck, Frankfurt am Main.

Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL) 2007: Hilfsstoffliste 2007. Zugelassene und empfohlene Hilfsstoffe für den biologischen Landbau in der Schweiz. Binkert Druck AG, Laufenburg.

Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL) 2007: Pflanzenschutzempfehlungen für den Biogemüseanbau. p.80. Binkert Druck AG, Laufenburg.

Garten Guide 2007: Profi-Tipps und Tricks für den Garten und die besten Adressen Österreichs ; Anna M. Del Medico; KGV Marketing- und VerlagsgesmbH; Österreich.

G. Schweiger, G. Schrattenecker. 2001: Werbung. Eine Einführung. Lucius & Lucius, Stuttgart.

InfoXgen- Arbeitsgemeinschaft transparente Nahrungsmittel 2007: Betriebsmittel und Verarbeitungsrichtlinien 2007 – Betriebsmittelkatalog für die biologische Landwirtschaft in Österreich. Enzersfeld.

Karmasin Motivforschung 2007: Natur im Garten. Eine repräsentative Befragung von 400 Gartenbesitzern aus Niederösterreich, Wien.

Kreutzer Fischer & Partner Marktanalyse 2008: Branchenradar® Gartengestaltung in Österreich 2008. Studie, Wien.

Leitfaden zur Vermarktung von Ökotextilien im Einzelfachhandel 2006: „die umweltberatung“ ; Bundesministerium für Verkehr und Technologie (BMVIT).

Marketagent.com. 2007: Handels-Check: Baumärkte und Gartencenter. Online research, Wr. Neudorf.

Marketagent.com 2005: Online Shopping – „rosige Aussichten“. Online research, Wr. Neudorf.

M. Zolles 2/2007: Schickes, nachhaltiges Leben. LOHAS. Biorama, Wien.

N. Pachernegg 2008: Blühender Garten wird verlängertes Wohnzimmer. Medianet spezial, 15.5.08, Wien.

Sinus Sociovision 2007: Nachhaltig geht! Rückschlüsse des Bio-Booms für den Non-Food Bereich. Vortrag im Rahmen des Workshops „Initiative zeigen – nachhaltig handeln“ der VERBRAUCHER INITIATIVE e.V., Berlin.

10 Anhang

Anhang 1: Labelüberblick für Gartenprodukte

Anhang 2: Infoblatt von "die umweltberatung": Klimaschutz durch nachhaltige Gartenprodukte

Labels für Gartenprodukte Stand 2007

Hier finden Sie eine Zusammenfassung der Labels für Gartenprodukte. Weiters können Sie anhand der Liste "keine Ökomarken" überprüfen, welche Kennzeichnungen fälschlicherweise oft für Ökomarken gehalten werden, obwohl sie das nicht sind.

Staatliche Ökomarken

Das Österreichische Umweltzeichen

Für Produkte (seit 1990), Tourismusbetriebe (seit 1996) und Schulen (seit 2002). Hohe Anforderungen an Umwelt- und Gesundheitsverträglichkeit sowie Gebrauchstauglichkeit. Träger: BMLFUW (Lebensministerium). Sortiment: ca. 380 Produkte in etwa 50 Richtlinien, rund 200 Tourismusbetriebe.
www.umweltzeichen.at



Das Österreichische Umweltzeichen für Produkte im Garten gibt es derzeit für folgende Bereiche

- Kompostierbare [Blumenarrangements und Kränze](#)
- [Holzspielgeräte/Holzmöbel](#) derzeit keine Produkte
- [Motorbetriebene Gartengeräte](#) derzeit keine Produkte
- [Naturerden/Naturdünger](#)
- [Pflanzenpflege/Pflanzenschutzprodukte](#)
- [Schmierstoffe](#)
- [Zierpflanzen](#) derzeit keine Produkte

Der blaue Engel - www.blauer-engel.de

Das offizielle Umweltzeichen aus Deutschland, weltweit erste Ökomarke (seit 1977); Träger: RAL Deutsches Institut für Gütesicherung und Kennzeichnung e.V. und Umweltbundesamt Berlin; Sortiment: über 4.000 Produkte in etwa 80 Richtlinien.

Im Gartenbereich:

Gartenhäcksler (lärmarm), Recycling-Kunststoff (z.B: Blumentöpfe, Komposter), Abdeckfolien, Kettenschmierstoffe



European Eco-Label - europa.eu.int/ecolabel

Das offizielle Umweltzeichen der Europäischen Union in Zusammenarbeit mit allen EU-Staaten, Zeichen-Vergabe erfolgt im Staat der ausgezeichneten Firma; Sortiment: ca. 250 Produkte in ca. 15 Richtlinien; Träger: EU-Europäische Kommission, GD Umwelt, Bruxelles; seit 1992; Übersicht der Produkte & Betriebe: www.eco-label.com



Tourismuseite: www.eco-label-tourism.com

Nordic Swan - www.svanen.nu/Eng/default.asp

Das nordeuropäische Umweltzeichen der Staaten Schweden, Finnland, Norwegen, Island und Dänemark; Sortiment: ca. 1.500 Produkte, ca. 50 Richtlinien. Träger: Swedish Standards Institution, Stockholm: seit 1988;



Milieukeur - www.milieukeur.nl

Das offizielle holländische Umweltzeichen; Sortiment: über 220 Produkte; Träger: Stichting Milieukeur, Den Haag; seit 1992;



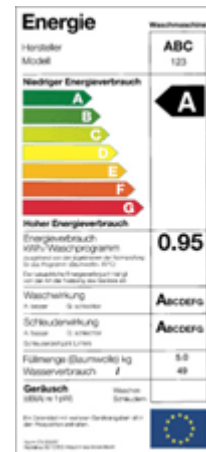
Elektrogeräte

Information über aktuelle Energielabels, ihre Anforderungen und Vergabe, ausgezeichnete Geräte etc.

www.asew.de/asew/static/290.htm

EU-Energielabel

EU-Kennzeichnung mit Energieverbrauchsklassen und Hinweisen über Wasserverbrauch, Geräuschpegel etc.; Kühl- und Gefriergeräte seit 1995, Waschmaschinen und Trockner seit 1996 und Geschirrspüler seit 1998. Bewertet werden hier v.a. auch Wasserverbrauch, Energieeffizienz etc.



Holz

FSC - Nachhaltig geforstet

Weltweit gültiges Holz-Kontrollsiegel für nachhaltige Forstwirtschaft (auch einige österreichische Betriebe!) des Forest Stewardship Council (FSC) in Mexiko: www.fsc.org
WWF Österreich: www.wwf.at/gartenmoebel



PEFC - www.pefc.at

nachhaltiges Europaholz - Paneuropäische Marke für Holz und Holzprodukte aus nachhaltiger Forstwirtschaft (Regional-, Gruppen- und Einzelbetriebszertifizierung), z.B. der steirisch-kärntnerischen



"östlichen Zwischenalpen"; Prüfung durch unabhängige Dritte; Pan European Forest Certification Council (PEFC)



Das Naturtextil-Duo - www.naturtextil.com

seit 1999; Kriterien: 100% Naturtextil, vom naturnahen Anbau der Rohfaser über Farb- und Zusatzstoffe bis zu ökolog. und sozialen Standards bei der Verarbeitung; Zwei Güteklassen: better, best

Öko-Tex 100 und Öko-Tex 1000 - www.oeko-tex.com

Öko-Tex 100 setzt Umweltvorgaben bei Produktion, Verarbeitung und Produkt, seit 1991; Öko-Tex 1000 bezieht sich speziell auf die Produktionsstätte



ACHTUNG! - Keine Ökomarke!

Leider erwecken einige „Natursymbole“ und „Ökoslogans“ den Eindruck, dass die damit geschmückten Produkte umweltfreundlich sind, obwohl dem nicht so ist. Weiters werden Kennzeichnungen wie die folgenden irrtümlich für Ökomarken gehalten, obwohl sie das nicht sind:

"Punkt" und "grüner Punkt" - www.ara.at

Der „Punkt“ (in Deutschland: "grüner Punkt") auf Verpackungen ist bloß Symbol für die Bezahlung der vorgeschriebenen Verpackungsabgabe (ARA-System). Er sagt nichts über die Umweltfreundlichkeit des Produktes aus.



Vorsicht bei Natursymbolen

Wenn ein Baum, eine Welle, ein Blatt oder ähnliche Natursymbole abgebildet sind, sagt das noch nichts darüber aus, ob es sich um umwelt- und gesundheitsverträgliche Produkte oder Verpackungen handelt. Oft wird textlich ein Kriterium hervorgehoben, ohne dass



umfassend beurteilt wurde. Oft fehlt die unabhängige Kontrolle. Verlassen Sie sich lieber auf die offiziellen Ökomarken und andere hier empfohlene Öko- und Biomarken.

Bitte geben Sie Pseudologos bekannt unter: info@umweltzeichen.at

Quelle: www.umweltzeichen.at 01.03.2007

Klimaschutz durch nachhaltige Gartenprodukte Nachhaltigkeit, die sich rechnet!

Umweltbewusstes Denken und Handeln macht sich für Natur und GartenbesitzerInnen bezahlt. "die umweltberatung" gibt einen Überblick, wie Sie ökologisch gärtnern können und zeigt Möglichkeiten zum Einkauf von nachhaltigen, Klima schonenden Gartenprodukten im Fachhandel auf.

Für viele Menschen ist das Gärtnern mehr als nur ein Hobby - es ist eine Leidenschaft. Und diese Leidenschaft lassen sich die ÖsterreicherInnen auch etwas kosten. Jährlich werden in Österreich ca. 500 Millionen Euro für Gartenplanung, Pflege und Gartenprodukte ausgegeben. Der Großteil der Produkte, die über den Ladentisch gehen, wird konventionell produziert. Aber das Angebot nachhaltiger Produkte wird ständig größer.

Grüner Daumen gegen den Klimawandel

Als GärtnerIn übernehmen Sie Verantwortung für ein Stück Erde. Durch einfache Änderungen von Gewohnheiten können Sie mitwirken, ein gesundes Klima für unsere Kinder zu bewahren und gleichzeitig die Freizeit in einer gesunden Umgebung zu verbringen. Laut IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change, auch Weltklimarat genannt) ist durch konsequentes Handeln jedes Menschen, vor allem durch Vermeidung fossiler Brennstoffe, eine signifikante Reduktion der klimaschädigenden Auswirkungen zu schaffen.

10 Klimatipps für nachhaltiges Gärtnern Setzen Sie ein Zeichen!

TIPP 1: Pflegen Sie Ihren Garten ohne CO₂-Ausstoß und Lärm!

Treibstoff-betriebene Gartengeräte wie Rasenmäher, Laubsauger oder Motorsensen verursachen Lärm und CO₂-Ausstoß. Die klimafreundlichste und gesündeste Lösung sind Geräte, die mit menschlicher Muskelkraft betrieben werden, also Spindelmäher, Gartenschere, Handrechen, etc.



Bildquelle: www.manufactum.ch

Handspindelmäher

Die einfache und klimafreundliche Technologie für die Rasenpflege!

Mit zertifiziertem Ökostrom betriebene Elektrogeräte sind eine weitere lärm- und schadstoffarme Alternative.

Alte Benzingeräte sollten zum Wohle Ihrer Gesundheit mit speziellem Gerätebenzin und Bio-Schmierstoffen betrieben werden, bis sie durch benzinlose Geräte ersetzt werden können.

TIPP 2: Verwenden Sie energieeffiziente Gartengeräte!

Die Verwendung von energieeffizienten Produkten ist ein Beitrag zur Reduktion der klima-relevanten Abgase. Es gibt in jeder Produktkategorie, z. B. Rasenmäher oder Häcksler, Energiefresser und Energiesparer. Außenlampen können durch solarbetriebene Leuchten oder Energiesparlampen mit Timern ersetzt werden.

TIPP 3: Bevorzugen Sie heimische Pflanzen

Heimische Pflanzen aus regionalen Gärtnereien und Baumschulen sind robust gegen Schädlinge und Krankheiten und seit Jahrtausenden an das regionale Klima

angepasst. Sie bieten viel mehr Tieren Lebensraum und Nahrungsquelle als Exoten. Einige dieser Exoten wie Japanischer Knöterich, Goldrute oder Springkraut verdrängen heimische Pflanzenarten.

TIPP 4: Sparen Sie Wasser!

Wasser ist flüssiges Gold und in Hitzeperioden besonders wertvoll. Mulchen verhindert das rasche Austrocknen des Bodens. Wassertonnen fangen das Regenwasser auf und speichern es für die spätere Verwendung. Bewässern Sie gezielt (z. B. mit Tröpfchenbewässerung), bodennah und morgens. Blumenrasen und trockenolerante, heimische Pflanzen wurzeln tiefer und benötigen weniger Wasser als Rasenflächen.

TIPP 5: Düngen Sie im natürlichen Kreislauf und ohne Erdölprodukte!



Bildquelle: "die umweltberatung", Gerda Hüfing

Eigenkompostierung

Selbst gezogenes Gemüse mit Kompost als Dünger ist ein Beitrag zum Klimaschutz!

Komposterde aus Eigenkompostierung hilft in vielerlei Hinsicht das Klima zu schonen. Der selbst erzeugte Kompost stellt eine fantastische Quelle für Dünger dar. Dadurch können Sie auf chemisch-synthetische Dünger verzichten, die aus Erdöl und unter großem Energieaufwand erzeugt werden. Bis zu 2 Liter Erdöl werden für 1 Liter Dünger verbraucht. Mineralischer Dünger führt zu einer Überversorgung, die auf lange Sicht die Pflanze schwächt und anfällig für Schädlinge macht. Überschüsse werden oft direkt ins Grundwasser ausgewaschen. Hochwertige Komposterde

im eigenen Garten aus biogenem Abfall verursacht weder Emissionen durch Transport noch entstehen nennenswerte klimaschädliche Abbaugase. Kompost versorgt Ihre Pflanzen mit allen wichtigen Nährstoffen.

TIPP 6: Bauen Sie sich eine grüne Klimaanlage auf das Dach!



Bildquelle: www.baulinks.de/webplugin/2006/0528.php4

Synergieeffekt

Begrünte Dächer erhöhen durch Kühlung den Wirkungsgrad der Solaranlage.

Eine Dachbegrünung kann, abhängig von Niederschlagsmenge und Schichtaufbau, bis zu 90 % des Regenwassers speichern. Durch die langsame Wasserabgabe über Verdunstung werden Extremtemperaturen gepuffert, was Ihr Zuhause im Winter wärmt und im Sommer kühlt. Sie sparen Klimageräte und Heizkosten. Die Lebensdauer des Daches wird bis zu 50 % verlängert.

TIPP 7: Pflanzen Sie „Frische Luft“!

Bäume absorbieren und speichern während ihres Lebens mehr als eine Tonne CO₂. Würden alle 8 Millionen ÖsterreicherInnen je einen Baum pflanzen, dann würden jährlich ca. 200.000 Tonnen CO₂ gebunden. Zusätzlich verbessern Bäume das lokale Klima der Wohnumgebung. Gestalten Sie Ihren Garten mit heimischen Bäumen und Sträuchern!

TIPP 8: Gärtnern Sie mit der Natur!

Wenn Sie biologisch gärtnern, tun Sie all das, was für das Klima gut ist. Gärtnern mit der Natur ist Gärtnern ohne Gift und ohne hohen Energieeinsatz. Heimische, robuste

Pflanzen, Nützlinge, biologischer Pflanzenschutz und torffreie Erde sind wichtige Eckpfeiler des Naturgartens.

TIPP 9: Planen und gestalten Sie mit nachhaltigen Gartenprodukten!

Woher kommen die Steinbeläge oder Möbel für Ihren Garten? Schotterbelag aus dem nächstgelegenen Steinbruch statt aus einem indischen Steinbruch, in dem Kinder arbeiten, punkten ebenso wie Gartenmöbel aus langlebigem, heimischen Holz.

Nachhaltige Produkte zeichnen sich durch geringen Energie- und Chemieeinsatz und faire Arbeitsbedingungen bei der Produktion aus. Heimische Produkte sparen Transportwege. Bedenken Sie auch die umweltgerechte Entsorgung.

TIPP 10: Genießen Sie Ihren Garten!

Machen Sie Ihren Garten zu einem Naturparadies vor der Haustür! Eine Hängematte unter einem alten Baum, ein Liegestuhl mit Blick auf plätscherndes Wasser, eine Baumstammbank in einer Schmetterlingswiese: all das lässt uns den Alltag vergessen und die Seele baumeln. Urlaub im eigenen Garten ist die Alternative zu Verkehrsstaus und Flügen, die Ihre Gesundheit und das Klima belasten.

Gartenprodukte für den nachhaltigen, klimafreundlichen Garten

"die umweltberatung" führte eine Recherche bestehender Labels für nachhaltige Gartenprodukte durch und bewertete rund 700 Gartenprodukte auf ihre Nachhaltigkeit. Nachhaltige Produkte weisen eine besondere ökologische Qualität auf, sind also z. B. biologisch produziert, kompostierbar oder schadstoffarm. Und sie werden nach sozialen Standards produziert, z. B. garantierte Mindestlöhne und keine Kinderarbeit. Regionalität, Gebrauchstauglichkeit und Langlebigkeit der Produkte flossen ebenfalls in die Bewertung ein.

Ergebnisse und weitere Informationen zum Projekt finden Sie unter:

www.umweltberatung.at/gartenprodukte



Bildquelle: "die umweltberatung", Manfred Pendl

Angebot nachhaltiger Produkte

Nachhaltige Gartenprodukte sind auf dem Weg vom Nischenprodukt zum leicht erhältlichen Trendprodukt

Auf der Website finden Sie die Beschreibung der folgenden Produktgruppen und Einkaufstipps:

1. Gartengeräte
2. Gartenmöbel
3. Gartenzubehör
4. Naturschutzprodukte
5. Saatgut und Pflanzen
6. Pflanzenschutz
7. Pflanzenstärkung
8. Substrate

In der Kategorie **Gartengeräte** sind Häcksler mit Umweltzeichen, elektrische Rasenmäher mit eingebautem Akku, Rasenmäher mit Ethanolmotor, händische und elektrische Spindelmäher sowie verschiedene Sensenmodelle zu finden.

Bei den **Gartenmöbeln** finden sich zahlreiche Produkte mit dem FSC-Label sowie Produkte aus giffreiem Thermo-Holz. In der Kategorie **Gartenzubehör** sind Komposter, Solargeräte, Regentonnen aus Holz, Papierschnüre, Hochbeetsysteme, Pflanzgefäße, Schmieröle, Holzlasuren, Kautschuk-Teichfolien etc. angeführt. Unter den **Naturschutzprodukten** findet sich alles, was gut für die Gartentiere ist: Nisthilfen, Nützlingshotels, Vogeltränken, Fledermausnistkasten etc. Das Infoblatt

„Bezugsquellen von Saatgut und Pflanzen aus Bio-Anbau“ gibt eine Übersicht empfohlener AnbieterInnen.

In der Kategorie **Pflanzenschutz** finden sich Produkte wie Leimfallen, Niemöl, Schmierseifen, Schneckenzäune, Unkraut-zangen oder Nützlinge, die man auch im Internet bestellen kann. Mittel zur **Pflanzenstärkung** sind Biodünger, Gesteinsmehle und konzentrierter Kompost. Bei den **Substraten** sind zahlreiche biologisch produzierte und torffreie Erden vertreten.

Nachhaltig gärtnern

Vermeiden Sie den Einsatz von Chemikalien und Geräten, die Schadstoffe ausstoßen und Lärm machen. Bevorzugen Sie regional produzierte, nachhaltige Waren bei jedem Einkauf. So vermeiden Sie lange Transportwege und unnötige Umweltbelastungen. Mit Ihrer Gartenpflege und Ihrer Kaufentscheidung stärken Sie die Macht der KonsumentInnen und tragen persönlich zum Klimaschutz bei.

Weitere Infos

Dachbegrünung Infoblatt, Versand € 1,50 zuzgl. Versandkosten, Download kostenlos

Bezugsquellen von Saatgut und Pflanzen aus Bio-Anbau Infoblatt, Versand € 1,50 zuzgl. Versandkosten, Download kostenlos

Artenliste für Ihre Baumwahl Infoblatt, Versand € 1,50 zuzgl. Versandkosten, Download kostenlos

Naturschutz beginnt vor der Haustür Infoblatt, Versand € 1,50 zuzgl. Versandkosten, Download kostenlos

Heimische Botanik:

Website des Naturhistorischen Museums
<http://flora.nhm-wien.ac.at/Seiten-Allgemein/botanik-literatur.htm>

Auf www.umweltberatung.at/download stehen unsere Infoblätter und weitere interessante Informationen zum kostenlosen Download bereit.

Bestellung des Infomaterials bei "die umweltberatung" unter 01 / 803 32 32.

Vom Wissen zum Handeln



Impressum: Stand 04-2008

DI Manfred Pendl

"die umweltberatung" Service

Tel: 01 / 803 32 32 Fax DW 32

1140 Wien, Linzer Straße 16 / 3.Stock

E-Mail: service@umweltberatung.at

www.umweltberatung.at



StadT:Wien
Wien ist anders.

