

BUND-Recherche: Abenteuer Lampenkauf **Handel lässt Verbraucher oft im Dunkeln**

Stand: 8. Januar 2010

Die EU-Mitgliedstaaten haben das Ende der klassischen Glühlampe eingeläutet. Seit dem 1. September 2009 ist das Inverkehrbringen mattierter Glühlampen sowie klarer Glühlampen mit 100 Watt und mehr im EU-Markt verboten. Modelle zwischen 75 und 25 Watt werden bis 2012 folgen. Der Handel spielt bei der Verbreitung energieeffizienter Leuchtmittel eine Schlüsselrolle: Er könnte weitere Wattstärken vorab auslisten und Verbraucher durch eine gute Beratung aktiv bei der Umstellung unterstützen. Der Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND) hat in Kooperation mit der Stiftung Warentest deshalb die Verkaufsberatung und die Sortimente bei Ikea, Conrad Elektronik, MediaMarkt und Saturn sowie den Baumarktketten Obi, Bauhaus und Praktiker unter die Lupe genommen.

1. Fazit: Einige Märkte laden zu Hamsterkäufen ein (S.2)

Während IKEA bereits im Oktober 2009 Glühlampen mit 40 Watt und mehr weitgehend ausgelistet hat, führen alle anderen Ketten weiterhin Glühlampen, in einigen Märkten waren im Dezember noch Restbestände der 100-Watt-Lampen zu finden. Der Elektronikspezialist Conrad sowie die Baumarktkette Praktiker werben in einigen Märkten sogar offensiv dafür, sich vorsorglich mit Glühlampen einzudecken. Ansonsten scheint es inzwischen zur Regel geworden zu sein, Glühlampen aller Stärken weit unterhalb der Blickhöhe als „Bückware“ zu sortimentieren. Ganz anderes verhält es sich in der Beratung...



2. Fazit: Klimafreundliche Beratung ist Glückssache (S.4)

In jedem zweiten Markt empfiehlt das Verkaufspersonal in Bau- und Elektromärkten wieder eine Glühlampe als Ersatz für eine durchgebrannte – ohne auf energiesparende Alternativen hinzuweisen. Erst auf Nachfrage werden Energiesparlampen, leider aber auch weniger sparsame Halogenlampen (z.B. Osram Energy Saver) empfohlen. Zudem zeigen nur wenige Fachverkäufer Eigeninitiative um Kunden die energiesparende Alternative anzubieten, die ihren Bedürfnissen am besten entspricht. Unterschiede wie Schaltfestigkeit, Helligkeitsangabe oder Farbtemperatur werden vor Ort nur sehr selten angesprochen. Die geringste Eigeninitiative begegnete den Testkäufern in den Filialen von MediaMarkt und IKEA. Für alle anderen Ketten gilt: Wer Glück hat, trifft auf einen kompetenten Verkäufer, der gern und umfangreich berät. Wer aber Pech hat, kann sogar falsche Informationen bekommen.

3. Fazit: Rücknahme ist keine Selbstverständlichkeit (S.7)

Der Handel ist leider nicht verpflichtet, ausgediente Energiesparlampen zurückzunehmen. Dennoch ist dies bei Conrad, Bauhaus und IKEA problemlos möglich. Bei Obi muss der Kunde auf die Kulanz des jeweiligen Marktes hoffen. Praktiker, MediaMarkt und Saturn verweisen Kunden auf die kommunalen Sammelstellen.

BUND-Tipp: So finden Sie eine passende Energiesparlampe

1. Informieren Sie sich deshalb vor dem Kauf, welche Fassungsgröße, Form, Helligkeit oder welchen Farbeindruck Sie benötigen. Nicht jede Lampe ist für jeden Einsatz geeignet.
2. Fragen Sie im Handel gezielt nach den gewünschten Eigenschaften.
3. Vergleichen Sie die Angaben auf der Lampenverpackung
4. Der BUND empfiehlt außerdem, nur von der Stiftung Warentest geprüfte Qualitätsprodukte zu kaufen. Weitere Informationen finden Sie in der Zeitschrift „test“, im test-Sonderheft „Energie“ und im Internet auf www.test.de
5. Einen Vergleich des Öko-Instituts der sparsamsten Modelle finden Sie auf www.ecotopten.de

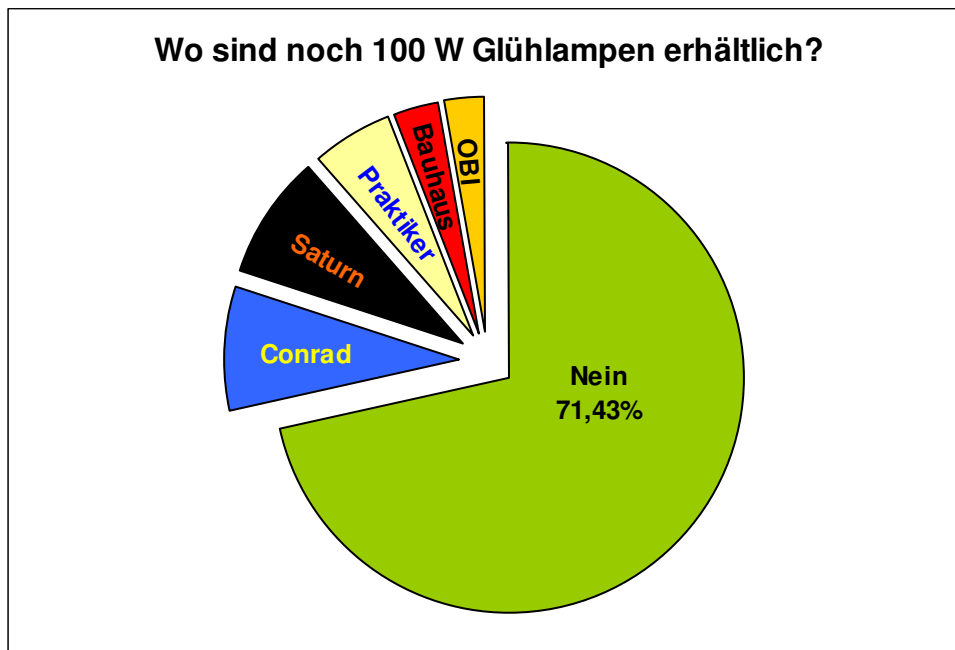
1 Sortimentanalyse

Welche Auswirkungen des „Glühlampenverbots“ sind zu beobachten?

Um diese Frage zu beantworten, waren deutschlandweit Testkäufer in führenden Baumärkten und Elektro-Märkten unterwegs. Getestet wurden je fünf Märkte der Ketten Bauhaus, Conrad, Media Markt, Obi, Praktiker und Saturn.

1.1 Werden noch 100-Watt-Glühlampen angeboten?

Mit Ausnahme von IKEA und MediaMarkt führen einzelne Märkte aller anderen Ketten immer noch 100-Watt-Lampen. Im Dezember traf dies auf insgesamt knapp ein Drittel der Märkte zu. In den Regalen von Conrad und Saturn waren sie mit in drei von fünf Märkten am häufigsten zu finden. Vereinzelt werden auch 150-W- und 200-W-Lampen angeboten (z. B. Conrad und Obi)



Auf Nachfrage bei den Pressestellen der Handelsunternehmen weisen jedoch alle darauf hin, dass es sich bei den vereinzelt angebotenen 100-Watt-Lampen und mattierten Glühlampen um Restbestände handelt.

„In den meisten Märkten sind die Lagerbestände aber vergriffen“ (Praktiker).

„Sollte es in einem Markt noch Glühlampen über 75 Watt geben, handelt es sich um lokal vorhandene, einzelne Produktrestmengen, die noch abverkauft werden. Die Menge dürfte aber äußerst gering sein“ (Media-Saturn).

Diese Aussagen lassen darauf schließen, dass diese Märkte keine Hamsterkäufe unterstützen, da es 100-Watt-Glühlampen sowie mattierte „Birnen“ nicht mehr lange geben wird. Wir haben nachgehakt.

1.2 Wie lange sind noch Glühlampen erhältlich?

Bei dieser Frage wurde seitens der Pressestellen immer darauf hingewiesen, dass man sich an die gesetzlichen Vorgaben halte und von 100-Watt- bzw. matten Glühlampen nur noch die Lagerbestände aufgebraucht würden. Allerdings würden vor allem in den Baumärkten und bei Conrad die 40- und 60-Watt-Lampen weiterhin angeboten. IKEA spielt dabei eine Ausnahme: „*Gar nicht mehr. Zum 1.10. sind alle Glühlampen aus dem Sortiment genommen worden. Auch die 40 und 60 Watt Lampe*“ (IKEA).

Die Sortimentsanalysen haben in einigen Märkten ergeben, dass dort herkömmliche Glühlampen nur noch „Bückware“ sind. Die Kette Conrad fällt ein wenig aus der Reihe: „*Eine genaue Definition, wie lange Glühlampen jeweils noch vorrätig sind, hängt von der Nachfrage der Kunden auf die Restbestände ab und kann vorab nicht eingeschätzt werden*“ (Conrad).

In einzelnen Märkten von Conrad und Praktiker entstand dabei der Eindruck, dass die Hamsterkäufe im vergangenen Jahr auch ganz bewusst als Umsatzquelle entdeckt wurden. Dort waren die matten Glühlampen, die 100-Watt-, aber teilweise auch die 60-Watt-Glühlampen in großen Kisten bzw. Stahlcontainern separat aufgestellt.

1.3 Angebot an Alternativen

- Gut zwei Drittel der Märkte (69 %) bieten mehr als 20 verschiedene Energiesparlampenmodelle an
- Die größte Auswahl bieten die Baumärkte sowie Conrad gefolgt von MediaMarkt und Saturn
- IKEA liegt mit seiner Auswahl noch deutlich dahinter
- Auch dimmbare Energiesparlampen und Reflektorlampen wurden in den meisten Märkten angeboten.

LED-Lampen sucht man in einigen Märkten von MediaMarkt (3), Saturn (2) und IKEA (2) vergebens. In den Baumärkten und bei Conrad hingegen gibt es eine große Auswahl an LED-Reflektorlampen und vermehrt auch LED-Lampen in Glühlampenform.

1.3.1 „Energy Saver“ Halogen

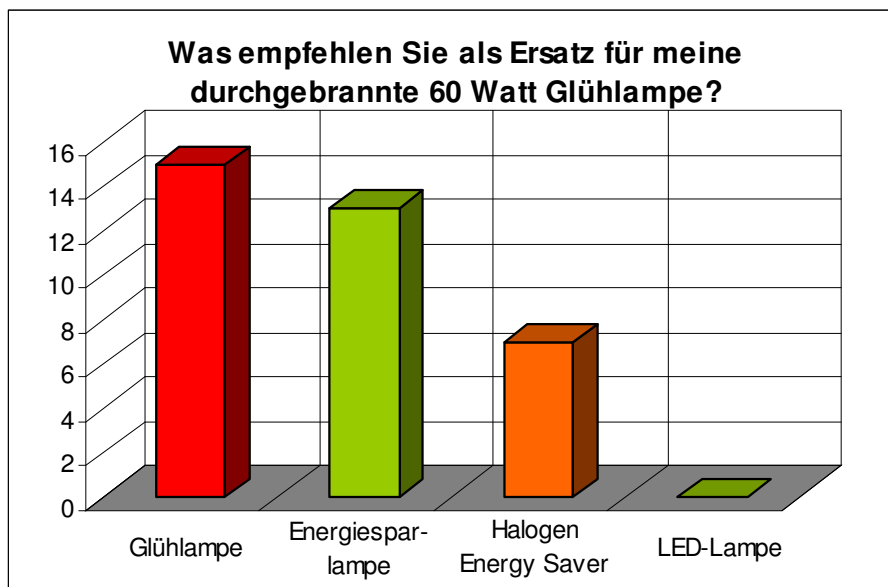
Sparsamere Halogenlampen, oft mit der Bezeichnung „Energy Saver“, teilweise auch als „Energiesparlampe“ deklariert, vermitteln dem Kunden den Eindruck besonders sparsam zu sein. „-30%“ prangt es da auf den Verpackungen. Auch jeder vierte Verkäufer hielt sie für besonders effizient. Zwar ist die Lebensdauer mit etwa 2000 Stunden rund doppelt so lang wie bei herkömmlichen Glühlampen. Mit einem Wirkungsgrad von unter 15 Lumen pro Watt ist ihr Stromverbrauch jedoch erheblich höher als bei Energiesparlampen und LED (bis zu 58 bzw. 48 Lumen pro Watt).

Alle besuchten Märkte haben diese Halogenlampen im Angebot. Meist auch mit den gängigen Sockeltypen E 27, E 14 sowie mit Stecksockeln. Exponiert aufgestellt und besonders beworben sind sie nur selten. Meist werden „Energy Saver“-Halogenlampen in den Energieklassen C und B angeboten. Vereinzelt gibt es auch E-14-Sockel mit dem Verpackungsaufdruck „Energy Saver“, welche sogar nur die Energieklasse D besitzen. Bei IKEA (und in je einem Bauhaus- und Saturn-Markt) werden diese Lampen sogar ausdrücklich mit dem deutschen Wort „Energiesparlampe“ beworben. Dies grenzt angesichts der Tatsache des viel geringeren Strombedarfs echter Energiesparlampen nicht nur an Verbrauchertäuschung, sondern ist ab September 2011 auch illegal.

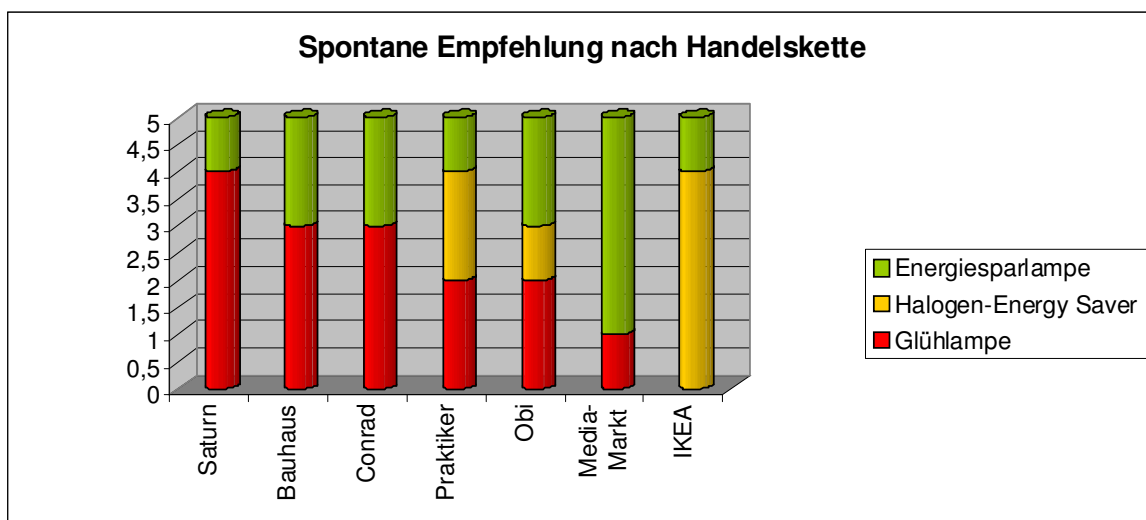
2 Beratung der Fachverkäufer vor Ort

Die Vielfalt an angebotenen Energiesparlampen, Halogenlampen und LED-Lampen lässt den Kunden oft ratlos zurück. Dadurch ist der Beratungsbedarf durch den Fachverkäufer vor Ort enorm gestiegen. Allerdings ergeben die Erfahrungen unserer Testkäufer, dass die Beratung vor Ort oft zu Wünschen übrig lässt.

2.1 Antworten der Verkäufer auf die Eingangsfrage: „Meine 60 W Glühbirne im Wohnzimmer ist durchgebrannt. Was können Sie als Ersatz empfehlen?“



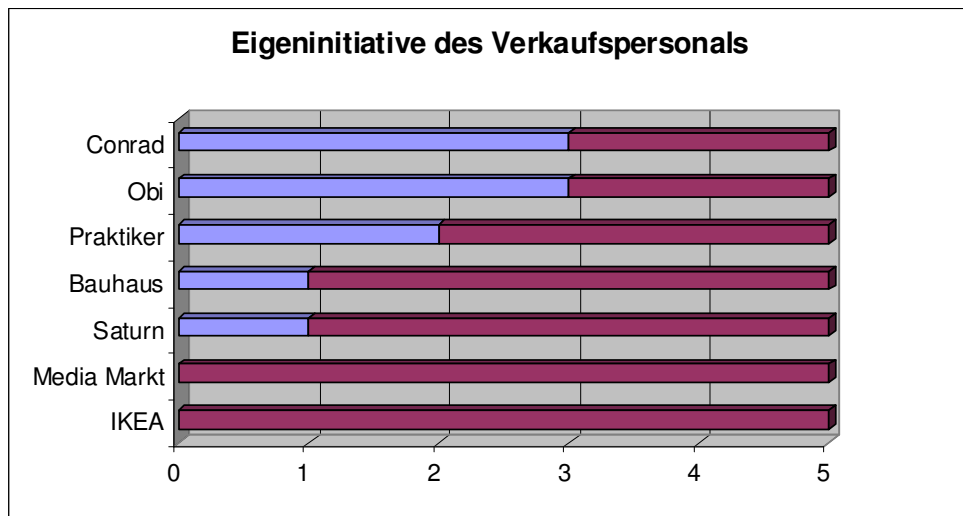
„Wollen Sie nicht wieder 'ne Glühlampe nehmen?“ war die Reaktion des Verkäufers in einem Praktiker-Markt auf die Frage, was er denn als Ersatz empfehlen könne. Wie die Grafik zeigt, ist klimafreundliche Beratung eher selten. Den Testkunden wurden als Ersatz für die durchgebrannte 60-Watt-Glühlampe 15 Glühlampen, 13 Energiesparlampen und sieben Halogenlampen (z.B. Energy Saver) verkauft.



Mit Ausnahme von IKEA (wo keine 60-W-Glühlampen mehr angeboten werden) zieht sich die Empfehlung der Verkäufer, doch wieder zu einer herkömmlichen Glühlampe zu greifen, durch alle getesteten Märkte. Vor allem Saturn sticht hier – im Gegensatz zu seiner Schwester MediaMarkt – negativ hervor.

2.1 Eigeninitiative des Verkaufspersonals

Die Vielfalt der angebotenen Leuchtmittel lässt den Verbraucher oft ratlos zurück. Um die richtige Lampe zu finden, ist es wünschenswert, dass der Verkäufer von sich aus Details wie Farbtemperatur, Aufhellzeit oder Schaltfestigkeit im Gespräch abfragt. Hier jedoch: Fehlanzeige. **In weniger als jedem dritten Markt (10 mal) zeigte der Verkäufer Eigeninitiative** und fragte von sich aus weiter nach.



Blau: Eigeninitiative der Verkäufer. Rot: keine Eigeninitiative

Besonders schlecht in punkto Eigeninitiative schneiden IKEA und MediaMarkt ab, wie die Grafik verdeutlicht. Hier fragte kein einziger Verkäufer in den getesteten Märkten von sich aus weiter nach. Bei Saturn und Bauhaus schnitten vier von fünf Märkten schlecht ab. Nur bei Obi und Conrad wurde je in drei von fünf Märkten auf Initiative des Verkäufers hin weiter nachgefragt. Zum Beispiel danach, ob die Lampe zu sehen ist, oder wie viele Stunden sie täglich leuchtet.

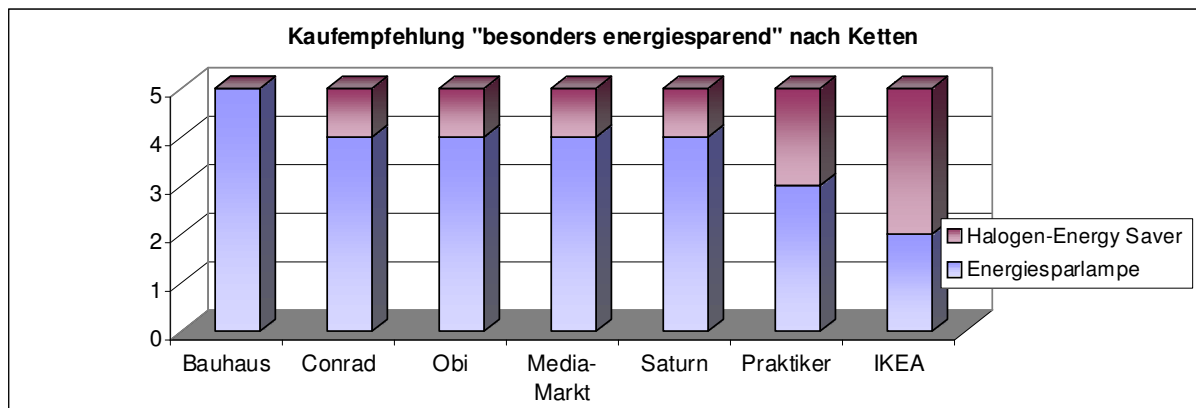
2.2.1 Beratung nach Nachfrage des Testkäufers

Erst als der Testkäufer vor Ort speziell danach fragte, was besonders energiesparend sei, wurden überwiegend Energiesparlampen und Halogen „Energy Saver“ angeboten (Mehrfachnennungen möglich).

- In fast allen Fällen wurde die Energiesparlampe genannt (31 Märkte),
- Fünf Mal Halogenlampen („Energy Saver“)
- Zwei Mal wurde die LED-Lampe als besonders energiesparend angesprochen
- In einem Fall konnte keine genaue Auskunft gegeben werden
- Jeder dritte Verkäufer rechnete vor, wie viel Energie gespart werden könne

2.3 Beratung und verkaufte Lampen (nach energiesparender Variante wurde gefragt)

Die Tester wurden damit beauftragt, die am Ende des Beratungsgesprächs empfohlene Lampe zu kaufen. Nachfolgende Grafik zeigt, welche Lampen verkauft wurden, nachdem die Testkäufer im Gespräch **ausdrücklich nach einer energiesparenden Variante** für die durchgebrannte 60-Watt-Glühlampe fragten.



- Obwohl explizit nach der besonders energiesparenden Variante gefragt wurde, **wurden in einem Viertel der getesteten Märkte „Halogen-Energy Saver“ statt Energiesparlampen verkauft.**
- **Besonders schlecht schneidet IKEA ab.** Hier wurden überwiegend Halogenlampen „Energy Saver“ verkauft, obwohl sich nicht viel Strom mit ihnen sparen lässt. (vgl. 1.3.1)
- Bei **Bauhaus** wurden **letztendlich in allen 5 getesteten Märkten Energiesparlampen** verkauft. Allerdings war in 3 der 5 Märkte die erste Empfehlung der Verkäufer, als Ersatz doch wieder eine Glühlampe zu nehmen (siehe Abb. 4)
- Auch Conrad, Obi, MediaMarkt und Saturn schneiden gut ab. Allerdings erst, nachdem der Testkunde ausdrücklich nach einer energiesparenden Alternative fragte.

Überwiegend wurden Lampen in Glühlampenform verkauft, da meist davon ausgegangen wurde, dass die Lampe sichtbar ist. Unter den Gewinnerlampen waren aber auch einige spiralförmige „Twister“ sowie stabförmige Energiesparlampen.

2.4 „Brennt diese Lampe so wie meine alte Glühlampe?“

Mit dieser Frage sollten die Verkäufer offen aufgefordert werden, Angaben zu lichttechnischen und funktionalen Unterschieden zu machen. Nicht jede Lampe ist für jeden Einsatz geeignet. Frustration nach Fehlkäufen kann sich in einer dauerhaft ablehnenden Haltung gegenüber Sparlampen niederschlagen. Daher ist eine fundierte Beratung durch den Fachverkäufer vor Ort wichtig. **In den getesteten Märkten war eine umfangreiche Beratung sehr selten.**

Wichtige Themen wie die Lumenangabe, die viel mehr über die Helligkeit einer Lampe aussagt, als die Wattangabe oder auch die Schaltfestigkeit der Lampe wurden im Beratungsgespräch kaum angesprochen (je 2x). Auch Parameter wie der 3-stellige Code auf der Verpackung oder die Farbtemperatur in Kelvin wurden nur in je einem Markt genannt.

In sechs Fällen konnten überhaupt keine Unterschiede zur herkömmlichen Glühlampe genannt werden. Das ist immerhin jeder sechste Verkäufer. Zudem wies nur knapp die Hälfte der Verkäufer im Gespräch darauf hin, dass es warmweiße und tageslichtweiße Lampen gibt.

Auch falsche Angaben wurden (mit Ausnahme von Conrad) überall gemacht. Bei IKEA zum Beispiel, dass sich Energiesparlampen erst nach 3 Stunden Brenndauer lohnen. In einem Obi-Markt lohnten sie sich erst nach mehr als 1 h Brenndauer am Stück. Bei Saturn war sich ein Verkäufer sicher, dass häufiges Schalten schlecht für die Lebensdauer der Energiesparlampen ist.

Gesamtbewertung der Beratungsqualität:

Insgesamt wurde in den meisten Märkten nicht ausführlich genug beraten. Allerdings schnitten die Baumärkte und Conrad hier eindeutig besser ab als die Elektromärkte. Einen Rückschluss darauf, in welchem Bau- bzw. Elektromarkt die Qualität der Beratung am besten ist, lässt sich anhand der vorliegenden Untersuchung nur sehr schwer ziehen. Es scheint in der Hauptsache darauf anzukommen, wie informiert und motiviert der Verkäufer ist, den der Kunde vor Ort antrifft.

- Erst wer ausdrücklich nach energiesparenden Alternativen fragt, bekommt Energiesparlampen angeboten. Zum Teil aber auch Halogen „Energy-Saver“, die aber in punkto Stromersparnis mit richtigen Energiesparlampen nicht mithalten können.
- Die Chance auf eine umfangreiche Beratung bekommt der Kunde nur, wenn er sich bereits im Vorfeld umfangreich informiert und im Gespräch gezielte Fragen stellt, zum Beispiel nach der exakten Farbwiedergabe oder dem Lichtstrom in Lumen.
- Nur wenige Fachverkäufer zeigen Eigeninitiative und fragen von sich aus nach, um die perfekte Lampe anbieten zu können. Zudem werden Themen wie Schaltfestigkeit, Angabe von Lumen, dem Lichtstrom oder die exakte Farbtemperatur vor Ort nur sehr selten angesprochen.
- Eine Minderheit der Verkäufer fragt den Kunden nach Details, um die perfekte Lampe für ihn zu finden und gibt ihr Wissen auch gern an den Kunden weiter. Mitunter wird die vorgeschlagene Lampe sogar vor Ort getestet, um die Aufhellzeit zu demonstrieren und die richtige Lichtfarbe zu probieren.

Umso wichtiger ist es, dass der Kunde der sich vorab informiert und dem Verkäufer vor Ort dann gezielte, für ihn relevante Fragen stellt.

3 Rücknahmemöglichkeit für Energiesparlampen

Da Energiesparlampen wegen ihres Quecksilberanteils nicht in den Hausmüll geworfen werden dürfen, haben wir auch das Thema Rücknahmemöglichkeiten in den Märkten bei den jeweiligen Pressestellen abgefragt.

Bei Conrad, Bauhaus und Ikea können Energiesparlampen problemlos zurückgegeben werden.

Wenn nicht direkt im Umfeld der Lampen, dann an der Information. Obi hat keine generelle Rückgabemöglichkeit.

„Momentan erfolgt die Rücknahme gebrauchter Lampen in den OBI Märkten auf Kulanzbasis. Generelle Rückgabemöglichkeit existiert nicht.“ (OBI)

Praktiker, MediaMarkt und Saturn nehmen Energiesparlampen nicht zurück.

„Nur in Heidelberg, im Rahmen eines Modellversuchs, sonst nicht. Wir weisen die Kunden auf die bestehenden kommunalen Rückgabestellen hin.“ (Praktiker)

„Nein. Energiesparlampen gelten als gefährlicher Abfall, den wir nicht ohne Weiteres lagern dürfen, da wir eine entsprechende Lagerung nicht überall gewährleisten können. Energiesparlampen können über die klassischen Entsorgungsbetriebe der Kommunen, z. B. Wertstoffhöfe [...] entsorgt werden.“ (Media-Saturn)

BUND-Forderungen

Die EU-Verordnung für ungerichtete Haushaltslampen verzichtet auf erhebliche Einsparpotentiale, u. a. durch Ausnahmen für Halogenlampen der Effizienzklasse B und C sowie eine langsamere Umsetzung als ursprünglich vorgesehen. Der Handel kann und muss dazu beitragen, die beschlossenen Vorgaben lückenlos umzusetzen und die Durchsetzung energieeffizienter Leuchtmittel weitergehend zu unterstützen:

Lampensortimente energieeffizient gestalten

- **Glühlampen mit 100 Watt Leistungsaufnahme und mehr müssen sofort ausgelistet werden!**
- **Glühlampen** anderer Leistung sollten **nur auf ausdrückliche Nachfrage** angeboten werden bzw. spätestens mit Inkrafttreten weiterer Umsetzungsstufen der EU-Verordnung ausgelistet werden.
- **Keine Anreize für Hamsterkäufe!** Offensive Werbung für das Bevorraten mit Glühlampen und exponierte Platzierungen (Stapel oder Paletten) motivieren Verbraucher manipulativ zu Hamsterkäufen und sind sofort zu unterlassen.
- **Energiesparlampen und LED müssen übersichtlicher** nach Einsatzbereichen und lichttechnischen Eigenschaften **platziert werden**.

Defizite in der Beratungsqualität umgehend beseitigen=

Energiesparlampen und LED sind als komplexere technische Produkte beratungsintensiver als klassische Glühlampen. Der BUND hat erhebliche Mängel in Umfang, Eigeninitiative und teilweise sogar fachlicher Richtigkeit der Beratungen festgestellt. Enttäuschungen nach dem Ersatz von Glühlampen – insbesondere durch minderwertige Billigprodukte – führen bei Verbrauchern evtl. zu einer ablehnenden Haltung gegenüber sparsamen Leuchtmitteln. Das breite Angebot in Bau- und Elektromärkten ist für Laien verwirrend. Bei eingeschränkten Angeboten (etwa Drogeriemärkten) fehlen geeignete Lampen für bestimmte Ansprüche (z. B. Dimmbarkeit oder Bauformen).

Dringend gefordert sind daher:

- **Umfangreiches Training des Verkaufspersonals** und Sicherung einer konstant hohen Beratungsqualität
- **Angebot gut sichtbarer Orientierungshilfen am Verkaufsort**

Rücknahme ausgedienter Energiesparlampen muss selbstverständlich sein

Der Großteil privater Haushalte entsorgt Energiesparlampen nicht als Sondermüll. Auch der Handel muss dazu beitragen, den vollständigen Rücklauf ausgedienter Energiesparlampen in geeignete Entsorgungssysteme sicherzustellen. Rücknahmemöglichkeiten sowie gut sichtbare Hinweise hierauf in Regalnähe sollten überall wo Lampen verkauft werden selbstverständlich sein bzw. gesetzlich vorgeschrieben werden.

Halogenlampen sind keine Energiesparlampen!

Die Verwendung der Bezeichnung Energiesparlampe oder vergleichbarer Werbeaussagen (z.B. „Energy Saver“) ist nicht nur irreführend sondern ab dem 1. September 2010 EU-weit nur noch für Leuchtmittel der Effizienzklasse A zulässig.

- Der BUND fordert die Hersteller auf, ab sofort keine Halogenlampen mit dem Aufdruck „Energy Saver“ oder ähnlicher Werbeaussagen mehr in Verkehr zu bringen
- Der BUND fordert den Handel auf, Kunden nur dann Halogenlampen als sparsamere Alternative zu Glühlampen anzubieten, wenn diese ausdrücklich keine Energiesparlampe kaufen möchten.
- Aufsteller und Beschriftungen die Halogenlampen als sparsam bezeichnen sollten so schnell wie möglich entfernt werden

Stärkung von staatlicher Marktüberwachung und Vollzug

Produkte, die nicht den gestellten und noch zu stellenden Effizienz-, Qualitäts- und Informationsanforderungen genügen, müssen wirksam vom EU-Markt ausgeschlossen werden. Dies betrifft ab dem 1. September 2010 neben der Ausphasung von 75-Watt-Glühlampen auch Informationspflichten für Hersteller bezüglich der technischen Eigenschaften von Lampen (u.a. Angabe von Lumen und Farbtemperatur). Die Konformitätserklärung durch den Hersteller (CE-Zeichen) ist hierfür nicht ausreichend. Insbesondere in Deutschland sind deutliche Defizite in der Marktüberwachung zu beobachten und folglich abzubauen.

Beleuchtung muss umwelt- und gesundheitsverträglich werden

Der BUND begrüßt die schrittweise Abschaffung herkömmlicher Glühlampen mit dem Ziel der Energieeinsparung (und der dadurch ausgelösten Umweltentlastung), verbindet jedoch damit deutlich erhöhte Anforderungen an Hersteller zur Verringerung der mit dem Einsatz von Kompaktleuchtstofflampen verbundenen Auswirkungen auf Umwelt und Gesundheit. Dies betrifft neben einer weiteren Reduktion des Quecksilbergehaltes und der Bereitstellung geeigneter Rücknahmesysteme sowohl die generelle Reduzierung der niederfrequenten elektrischen und magnetischen Felder als auch die Reduzierung der höherfrequenten elektromagnetischen Felder. Der BUND kann derzeit den Einsatz von Energiesparlampen im körpernahen Bereich noch nicht mit gutem Gewissen empfehlen. Dies gilt besonders für Menschen mit erhöhtem Schutzbedürfnis.

Der BUND fordert von den Herstellern dringend eine sofortige Verbesserung der Energiesparlampen, vor allem im Hinblick auf ihre Schadstoffgehalte und Elektromagnetische Felder. Der Gesetzgeber wird aufgefordert, entsprechende Regelungen zu erlassen.

Kontakt und weitere Informationen:

Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND) e.V.
Bundesgeschäftsstelle

Christian Noll
Projekt Energieeffizienz
Am Köllnischen Park 1
10179 Berlin
Tel.: 030/2 75 86-436
christian.noll@bund.net
www.bund.net/oekodesign



energieeffizienz – jetzt!
für Haushalte und Unternehmen

Der BUND fordert gemeinsam mit der gemeinsamen Kampagne der Umweltorganisationen „*energieeffizienz – jetzt!*“ für eine klare Kennzeichnung und strenge Höchstwerte für den Stromverbrauch energiebetriebener Produkte wie Haushaltsgeräten, Unterhaltungselektronik oder Heizungspumpen. Um diesen Forderungen Nachdruck zu verleihen, deckt der BUND Schwachstellen in den Sortimenten von Herstellern und Handel auf und beobachtet die Umsetzung der europäischen Ökodesign-Richtlinie. Weitere Informationen zur Arbeit des BUND: www.bund.net/oekodesign
Weitere Informationen zur Kampagne: www.energieeffizienz-jetzt.de



coolproducts
for a cool planet

Europäische und nationale Umweltorganisationen – darunter auch der BUND – haben die gemeinsame Kampagne „*Coolproducts for a Cool Planet*“ ins Leben gerufen. Sie soll die öffentliche Wahrnehmung sämtlicher Geschehnisse rund um die Ökodesign-Richtlinie erhöhen
Weitere Informationen: www.coolproducts.eu

3.1.1 Förderhinweis:

Die Recherchen für diese Publikation wurden gefördert
durch die Deutsche Bundesstiftung Umwelt.

gefördert durch



www.dbu.de