

**Pressedienst 013-052021**

## **So „nachhaltig“ tickt die Küchenbranche**

**Mannheim, 20.05.2021. Die Arbeitsgemeinschaft Die Moderne Küche (AMK) hat eine große Umfrage zum Thema Nachhaltigkeit, Klima- und Umweltschutz unter ihren Mitgliedern durchgeführt. Das Ergebnis: Die Küchenbranche punktet neben attraktiven und innovativen Produkten auch mit einem „grünen“ Bewusstsein. Auch wenn sich die Küchen-, Hausgeräte- und Zubehörhersteller in diesem Bereich sehr engagieren, es ginge auch noch deutlich mehr. Nachfolgend die wichtigsten Auszüge aus der Mitgliederbefragung – exklusiv vorab für unsere Leserinnen und Leser.**

Die Mitgliederbefragung fand im Zeitraum Dezember 2020 bis Ende Januar 2021 statt. Trotz der täglichen Herausforderungen durch den erneuten Lockdown haben sich die AMK-Mitglieder intensiv mit den umfangreichen Fragebögen zum Thema „Wie nachhaltig ist die Küchenbranche?“ auseinandergesetzt. Das Ergebnis kann sich sehen lassen. Die stärkste Rücklaufquote kommt aus der Küchenmöbelindustrie (37,5 Prozent), gefolgt von den Zubehörherstellern (29,4 Prozent) und der Hausgeräteindustrie mit 27,8 Prozent.

In den Fragebögen ging es u. a. um die Themen Zertifizierungen im Bereich Umwelt- und Energiemanagement; die CO<sub>2</sub>-Fußabdrücke, -Ziele und geplanten -Maßnahmen der Unternehmen; um den Einsatz nachhaltiger Werkstoffe, das Forschen an innovativen Materialien und Upcycling/Recycling; um das Erstellen einer Umwelt-/Ökobilanz und um die Herkunft der Waren. Gefragt wurde auch nach der Durchführung regelmäßiger Emission-Tests sowie der durchschnittlichen Lebensdauer ihrer Produkte; sowie nach Investitionen in Klima-/Umweltschutz und in ein professionelles Nachhaltigkeitsmanagement. Abschließend wurden die Unternehmen gebeten, ihre vorbildlichsten und bereits realisierten Maßnahmen zu benennen, in welchen Bereichen sie noch Optimierungspotenziale

Arbeitsgemeinschaft  
Die Moderne Küche e.V. (AMK)  
Harrlachweg 4  
68163 Mannheim, Germany

Telefon: +49 (0) 621 85 06 100  
Telefax: +49 (0) 621 85 06 101  
Internet: [www.amk.de](http://www.amk.de)  
[www.tag-der-kueche.de](http://www.tag-der-kueche.de)  
E-Mail: [info@amk.de](mailto:info@amk.de)

Belege erbeten an:  
Pressestelle der AMK  
Abdruck und Auswertung frei.  
Die AMK stellt Ihnen auf Anforderung  
gerne weiteres Text- und Bildmaterial  
zur Verfügung.

sehen und wie ihre Nachhaltigkeitsziele bis 2025 aussehen. (Bei den Fragen waren Mehrfachnennungen möglich).

### **Die Küchenmöbelindustrie ist gut unterwegs**

56 Prozent der Unternehmen sind nach ISO 14001 Umweltmanagement und 67 Prozent nach ISO 50001 Energiemanagement zertifiziert. Ein gutes Drittel nimmt am DGM Klimapakt für die Möbelindustrie teil, ebenso viele sind als DGM Klimaneutraler Möbelhersteller zertifiziert. Holzwerkstoffe aus nachhaltiger Waldwirtschaft verwenden knapp 70 Prozent der Unternehmen. Über die Hälfte erstellt eine CO<sub>2</sub>-Standortbilanz – und bereits ein Fünftel erreicht eine zu 100 Prozent klimaneutrale Produktion. Ihren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck bezeichnet über ein Drittel der Hersteller als gut.

Für eine kontinuierliche CO<sub>2</sub>-Reduzierung ergreift die Küchenindustrie eine Reihe von Maßnahmen wie beispielsweise den Bezug von Strom aus Erneuerbaren Energien, den Bau eigener Photovoltaikanlagen, die Förderung von E-Mobilität sowie gemeinsame Forschungsprojekte mit Zulieferern an neuen, innovativen Holzwerkstoffen, Rezyklaten und bio-basierten Kunststoffen. Alle Unternehmen verwenden Span- und MDF-Trägerplatten der Emissionsklasse E05 (0,05 ppm), ein Unternehmen der Emissionsklasse E1E05 (unter 0,03 ppm). Ein gutes Drittel setzt zu 100 Prozent formaldehydfreie Bindemittel/Leime ein – 44 Prozent verwenden Lacke auf wasserlöslicher Basis.

89 Prozent der Küchenmöbelhersteller produzieren lokal/regional und beziehen ihre Zulieferprodukte aus der Region. Ebenso viele führen regelmäßige Tests ihrer Produkte auf die vorgeschriebenen Emissionswerte durch. Getestet wird zudem auf Qualität und Langlebigkeit – in eigenen Prüf-/Testlabors sowie in international anerkannten. Die durchschnittliche Lebensdauer ihrer Produkte geben 67 Prozent mit 15 bis 20 Jahren an, 11 Prozent mit 20 bis 40 Jahren.

Die Küchenmöbelhersteller wurden auch zum Thema Nachhaltigkeitsmanagement befragt – ein Umweltkennzahlensystem, das Schwachstellen rechtzeitig erkennt, damit daraufhin entsprechende Korrekturmaßnahmen eingeleitet werden können. Als vorbildlich realisierte Maßnahmen nannten sie z. B.: erhebliche Energieeinsparungen, Energieaudits, eine CO<sub>2</sub>-klimaneutrale Produktion, Ausschussreduzierungen im Bereich mehrerer

Tausend Tonnen sowie den Bau von Photovoltaikanlagen zur Eigenstromversorgung.

Optimierungspotenziale sieht die Küchenmöbelindustrie vor allem in einer weiteren Senkung ihres CO<sub>2</sub>-Verbrauchs durch E-Fahrzeugflotten, bei der Verpackung und Beleuchtung sowie durch eine Minimierung ihrer Printerzeugnisse. Als Nachhaltigkeitsziele bis 2025 nannten sie z. B. eine klimaneutrale Produktion, die komplette Umstellung auf E-Fahrzeuge, die Auszeichnung RAL „Goldenes M“ und das Klimalabel DGM Klimapakt.

**Fazit:** Die Küchenmöbelhersteller sind in Sachen Nachhaltigkeit, Klima-/Umweltschutz durchweg gut unterwegs. Einzig ihre in 2020 getätigten und für das laufende Jahr geplanten Investitionen dürften angesichts der Umsatzzahlen deutlich höher ausfallen. Erheblicher Nachholbedarf besteht dagegen beim Thema Kreislaufwirtschaft (Cradle-to-Cradle), beim Erstellen einer jährlichen Umwelt-/Ökobilanz – oder zumindest alle zwei Jahre – sowie bei der Etablierung eines professionellen Nachhaltigkeitsmanagements. Auch Zertifizierungen nach ISO 14001 (Umweltmanagement) und ISO 140001 (Energiemanagement) sind noch ausbaufähig.

### **Die Hausgeräteindustrie macht viel**

Alle teilnehmenden Unternehmen sind nach ISO 14001 und ISO 50001 zertifiziert und bekennen sich zu den „Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen. Einen „Blauen Engel“ für ihre Produkte bekamen 20 Prozent, ebenso viele ein EU-Eco-Label. Von den in 2019 hergestellten Hausgeräten waren beispielsweise 76,5 Prozent der Backöfen in der Energieeffizienzklasse A und 22,5 Prozent in A+. Der Anteil von Geschirrspülern in A+ beträgt ein gutes Drittel, in A++ rund 45 Prozent und in A+++ mehr als ein Fünftel. Bei den Kühl-/Gefriergeräten sind 25 Prozent in A+, 54 Prozent in A++ und knapp 20 Prozent in A+++.

Den Wasser- und/oder Energieverbrauch ihrer Produkte bezeichnen 40 Prozent der Unternehmen als exzellent, ebenso viele als sehr gut und 20 Prozent als gut.

40 Prozent erzielen bereits eine zu 100 Prozent klimaneutrale Produktion weltweit – über drei Viertel der Hausgerätehersteller erstellen eine regelmäßige CO<sub>2</sub>-Standortbilanz. Weit über die Hälfte überprüft dabei regelmäßig ihre Zielerreichung (durch Wiederholung der CO<sub>2</sub>-Bilanzierung und Einleitung weiterer Maßnahmen für eine kontinuierliche CO<sub>2</sub>-

Reduzierung). Das reicht von eigenerzeugter Solarenergie, Ökostrom und Wärmerückgewinnungsmaßnahmen über klimaneutrale Transportwege, E-Mobilität und das Fördern regionaler Einkaufsstrukturen. Ihren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck bezeichnen 40 Prozent als sehr gut.

80 Prozent der Unternehmen setzen alternativ recycelte Kunststoffe in ihren Produkten ein wie z. B. in Waschmaschinen, Geschirrspülern, Backöfen, Kühl-/Gefriergeräten und Staubsaugern. Ein Fünftel fördert die Nutzung von Abfallprodukten sowie scheinbar nutzlosen Stoffen für die Herstellung neuer Produkte (Upcycling).

Viel tun die Hersteller auch, um ihren Verpackungsmüll zu reduzieren: z. B. durch kontinuierliche Verpackungsoptimierungen, wiederverwertbare Verpackungen, recycelbare/recycelte, alternative und Mehrwegverpackungen. Ihre Verpackungslösungen bezeichnen daher 80 Prozent als gut und sehr gut; 20 Prozent dagegen als befriedigend.

Die Mehrheit der Unternehmen prüft die Qualität ihrer Produkte in eigenen Prüf- und Testlabors, zusätzlich auch noch in international anerkannten. Die durchschnittliche Lebensdauer ihrer Produkte geben sie an mit zwischen 10 und 20 Jahren+. 40 Prozent der Hausgerätehersteller beziehen ihre Zulieferprodukte aus der Region und in Europa.

Zu ihren vorbildlichsten Maßnahmen in Sachen Umweltschutz und Nachhaltigkeit zählen sie beispielsweise die Durchführung von Energieeffizienzmaßnahmen an allen Standorten, die Förderung von Energie-Bewusstsein bei ihren Mitarbeitern und Lieferantenpartnern sowie ihre Forschungen im Bereich Ressourceneffizienz.

Optimierungspotenziale sehen sie vor allem in einer durchgängigen Kreislaufwirtschaft, einer weiteren Reduzierung der Emissionen und 100-prozentigen Umstellung auf Erneuerbare Energien sowie in einer noch stärkeren Überprüfung der Lieferketten. Bis 2025 streben die Hausgerätehersteller hohe Ziele an wie z. B. eine führende Position beim Umweltschutz in der Branche und weltweit einzunehmen. Auch Zertifizierungen nach ISO 50001 (Energiemanagement) für alle Produktionsstätten, den Ausbau ihrer Aktivitäten im Bereich Circular Economy. Oder sie möchten den Ausgleich verbleibender CO<sub>2</sub>-Emissionen durch Zertifikate reduzieren.

**Fazit:** Die Hausgeräteindustrie hat die dringlichen Themen Nachhaltigkeit, Klima-/Umweltschutz ebenfalls fest im Blick. 80 Prozent erstellen regelmäßig eine CO<sub>2</sub>-Standortbilanz. 60 Prozent sagen, dass sie über ein bereits etabliertes professionelles Nachhaltigkeitsmanagement verfügen – ein Fünftel, dass dies im Aufbau und ab nächstem Jahr fertig sei. Zwar kann noch keiner der Hersteller mit einer durchgängigen und konsequenten Kreislaufwirtschaft (Cradle-to-Cradle/C2C) punkten – aber immerhin ein Fünftel treibt C2C wenigstens voran. Steigerungsfähig ist auch das Thema Umwelt-/Ökobilanz. Nur ein Fünftel der Unternehmen erstellt eine – 40 Prozent sagen, dass sie dies planen. Als sehr erfreulich hingegen sind die geplanten Investitionen in zweistelliger Millionenhöhe im laufenden Jahr zu bezeichnen.

### **Die Zubehörindustrie ist auf dem Weg zu C2C**

Die Zulieferer sind, was die diversen Umwelt-/Energiemanagement-Zertifizierungen anbelangt, recht gut aufgestellt. Auch in punkto Umwelt-/Nachhaltigkeit-Siegel. Eine jährliche CO<sub>2</sub>-Standortbilanz erstellen 60 Prozent der Unternehmen. Das gilt auch für regelmäßige Überprüfungen ihrer Zielerreichung. Zur CO<sub>2</sub>-Reduzierung setzt auch hier das Gros der Hersteller auf E-Mobilität (80 Prozent), Erneuerbare Energien (60 Prozent), die Förderung regionaler Einkaufstrukturen (jedes zweite Unternehmen) und innovative Recyclingmethoden (40 Prozent). Ihren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck beurteilt ein knappes Drittel mit gut, ein weiteres mit befriedigend und jeweils 10 Prozent mit ausreichend oder ausbaufähig.

Zur Reduzierung ihres Verpackungsmülls nutzt die Zubehörindustrie sowohl marktgängige als auch eigenentwickelte oder mit ihren Lieferantenpartnern zusammen entwickelte Lösungen. Neben Mehrweggebinden/-transportbehältnissen zählen dazu auch die Instandsetzung beschädigter Verpackungen und entsprechende Schulungen der Mitarbeiter. 30 Prozent der Unternehmen beurteilen ihre aktuellen Verpackungslösungen als gut, 60 Prozent als befriedigend. Die Frage, ob ihre Produkte komplett recycelbar sind, bejaht ein Fünftel. Bei einem weiteren Fünftel ist dies bis zu einem gewissen Grad möglich. Auch Upcycling ist ein wichtiges Thema: So nutzt bereits jedes zweite Unternehmen Abfallprodukte und scheinbar nutzlose Stoffe für die Herstellung neuer Produkte. An neuen, innovativen oder alternativen Werkstoffen forscht ein Drittel.

Jedes fünfte Unternehmen lässt seine Produkte regelmäßig auf die vorgeschriebenen Emissionswerte testen. Geprüft werden auch deren Qualität und Langlebigkeit. Die durchschnittliche Lebensdauer geben sie an mit: 5 bis 10 Jahren (10 Prozent); 10 bis 15 Jahre (30 Prozent); über 15 bis 20 Jahren (60 Prozent) und mehr als 20 Jahre oder bis zu 40 Jahren (jeweils 20 Prozent).

Als ihre vorbildlichsten Maßnahmen für Umweltschutz und Nachhaltigkeit nennen die Hersteller z. B. ein Strategie-Energiemanagement, bei dem die Kreislaufwirtschaft im Mittelpunkt steht; die Bereitstellung von Ersatzteilen zur Reparatur, damit weniger Produkte entsorgt werden müssen; kontinuierliche Schulungen ihrer Mitarbeiter in Sachen Umweltschutz; eine Reduzierung der Abfallströme, Recycling und die Verwendung von Recyclingmaterial, optimierte Lagerhaltungen sowie Fuhrpark-Vorgaben unter ökologischen Gesichtspunkten.

Optimierungspotenzial sieht die Zubehörindustrie in einer weiteren Reduktion des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks – auch bei den Zulieferketten; in produktbezogenen Nachhaltigkeitsthemen; bei der Verpackung, im Einsatz recycelbarer und bio-basierter Materialien sowie in einer Förderung des Mitarbeiter-Bewusstseins beim Thema Nachhaltigkeit.

Bis 2025 wollen die Unternehmen u. a. noch folgende Ziele erreichen: Klimaneutralität, eine Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen (von über 5 bis mindestens 15 Prozent) und eine Erhöhung der Ressourceneffizienz. Nachhaltigkeitspotenziale sehen sie auch in einer mehr regionalen Wertschöpfung, einer Senkung des Restmüllaufkommens, der Steigerung des Recyclinganteils sowie in einer Umweltproduktdeklaration für die meisten Produkte.

**Fazit:** Die Zubehörindustrie ist in Sachen Nachhaltigkeit, Klima-/Umweltschutz ebenfalls sehr aktiv. 40 Prozent der Unternehmen erstellen eine Umwelt-/Ökobilanz – ein Fünftel plant dies noch in diesem Jahr. Ein professionelles Nachhaltigkeitsmanagement haben 60 Prozent der Unternehmen etabliert. Eine klimaneutrale Produktion zu 100 Prozent erzielt bereits ein Fünftel – bei ebenso vielen beträgt sie zwischen 65 und 70 Prozent. Und: Jedes fünfte Unternehmen treibt eine durchgängige und konsequente Kreislaufwirtschaft voran. Viel zu wenig und deutlich

optimierbar sind allerdings die für das laufende Jahr geplanten Investitionen in Nachhaltigkeit, Klima- und Umweltschutz.

Die AMK-Umfrage zeigt deutlich, wie intensiv die gesamte Küchenbranche mit den Themen Nachhaltigkeit, Klima- und Umweltschutz befasst ist und wie viel sie bereits darin investiert und dabei erreicht hat. Darauf können die Mitgliedsunternehmen stolz sein. Doch die Auswertung macht ebenso deutlich, dass hier noch einiges an Potenzial schlummert, denn die Branche könnte auch bei diesen Themen eine weltweit ‚leading position‘ einnehmen. (AMK)

*Die AMK ist der Fach- und Dienstleistungsverband der gesamten Küchenbranche. Sie engagiert sich auf den Gebieten Technik & Normung, Marketing & Öffentlichkeitsarbeit, Internationalisierung sowie Messewesen. Der AMK gehören mehr als 140 Mitgliedsunternehmen an, alle sind namhafte Hersteller von Küchenmöbeln, Elektro-/Einbaugeräten, Spülen, Zubehör sowie Zulieferer, Handelskooperationen und Dienstleistungsunternehmen. Sie ist Schirmherrin für den „Tag der Küche“, der jährlich mit Live-Events in zahlreiche Küchenausstellungen im deutschsprachigen Raum lockt. Nächster Termin: 25. September 2021. Weitere Informationen im Internet unter [www.amk.de](http://www.amk.de) und [www.tag-der-kueche.de](http://www.tag-der-kueche.de). (AMK)*

Alle AMK-Pressemitteilungen und Pressefotos auch unter **[www.amk.de/pressemeldungen](http://www.amk.de/pressemeldungen)**

Pressekontakt:

Arbeitsgemeinschaft Die Moderne Küche e.V. (AMK)

Harrlachweg 4, 68163 Mannheim

Tel.: +49 (0) 621 / 8 50 61 – 00

E-Mail: **[info@amk.de](mailto:info@amk.de)**