

INTERVIEW



„Nachhaltigkeitsstrategien müssen globale Lieferketten berücksichtigen“

Sonja Dobkowitz, Wissenschaftlerin in der Abteilung Makroökonomie im DIW Berlin

1. **Frau Dobkowitz, worauf basiert der von Ihnen und Ihren Kolleg*innen entwickelte Nachhaltigkeitsindikator und was zeigt er an?** Der Nachhaltigkeitsindikator, den wir entwickeln, hat zum Ziel, die globale Produktionskette, die mit dem Konsum in Deutschland in Verbindung steht, inklusive der Umweltbelastungen, die während der Produktion entstehen, abzubilden. Dabei wollen wir der Komplexität des Erdsystems Rechnung tragen, indem wir sieben unterschiedliche Kategorien berücksichtigen, die für die Ermöglichung eines menschlichen Lebens auf der Erde relevant sind. Das heißt, neben Klimawandel betrachten wir den Einfluss des Konsums in Deutschland auf Luftverschmutzung durch Partikelemissionen, fossile Ressourcennutzung, aber auch mineralische Ressourcennutzung, Land- und Wassernutzung und photochemische Ozonbildung. Dadurch zeigt unser Nachhaltigkeitsindikator ein viel komplexeres und umfassenderes Bild als herkömmliche Indikatoren, die sich nur auf CO₂-Emissionen beschränken. In einem nächsten Schritt verbinden wir den Beitrag der Produktion für den Konsum in Deutschland in diesen unterschiedlichen Bereichen mit einem Grenzwert, der sich daraus ergibt, welches Maß an Umweltbelastung das Erdsystem tolerieren kann.
2. **Wie haben sich die konsumbasierten Nachhaltigkeitsindikatoren in den letzten Jahrzehnten entwickelt?** Wir finden für sechs der sieben Kategorien, die wir betrachten, eine Überschreitung der Nachhaltigkeitsgrenzen seit 1995. Das Interessante ist, dass es seit 1995 in fast allen Bereichen kaum eine Verbesserung gibt.
3. **In welchen Bereichen werden die Schwellenwerte am stärksten überschritten?** Die stärksten Überschreitungen, das bedeutet größer als einen Faktor von fünf des Grenzwertes, finden wir für Luftverschmutzung, Klimawandel und fossile Ressourcennutzung.
4. **Warum ist trotz technologischen Fortschritts keine Besserung in den Nachhaltigkeitsindikatoren zu verzeichnen?** Der Konsum wächst einfach zu schnell für die Verbesserun-

gen in der Belastungsintensität pro für den Konsum ausgegebenen Euro. Das heißt, die Effizienzgewinne sind zu schwach für den Anstieg des Konsums, den wir verzeichnen. Interessant ist die Frage, warum die Effizienzgewinne so schwach ausfallen, aber auch, wo die Umweltbelastungen auftreten, und das können wir anhand unserer Daten aufschlüsseln.

5. **Haben Produkte aus heimischer Produktion eine bessere Umweltbilanz als importierte Produkte aus dem Ausland?** Im Aggregat betrachtet liegt die Umweltbelastung durch den Konsum der Güter, die im Ausland produziert werden, oberhalb der Umweltbelastung, die durch in Deutschland produzierte Güter verursacht wird. Jetzt kann man das unterteilen in die Menge und in die Effizienz. Und hier zeigt sich, dass gerade der Effizienzanteil, also die Umweltbelastung pro konsumierten Euro, bei im Ausland produzierten Produkten höher ist als bei inländischen Produkten. Zwar sehen wir sowohl im Inland als auch im Ausland eine Verbesserung in der Umweltbilanz der Produktion. Allerdings finden wir gleichzeitig eine Verschiebung des Konsums weg von im Inland produzierten Gütern hin zu ausländischen Gütern, die trotz der Effizienzgewinne mit einer höheren Umweltbelastung einhergehen.
6. **Was bedeuten Ihre Ergebnisse für die deutsche Nachhaltigkeitsstrategie?** Gerade in Anbetracht der Verschiebung des Konsums hin zu im Ausland produzierten Gütern plus deren höheren Umweltbelastung, legt unsere Studie nahe, dass wir Lieferkettenbezogene Politikinstrumente benötigen. Effizienzstrategien, die sich rein auf inländische Produktion konzentrieren, sind nicht ausreichend, um die Nachhaltigkeitsbilanz Deutschlands zu verbessern.

Das Gespräch führte Erich Wittenberg.

© Der Artikel ist gemäß der Creative-Commons-Lizenz CC BY 4.0 nachnutzbar: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Das vollständige Interview zum Anhören finden Sie auf www.diw.de/interview



DIW Berlin — Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung e. V.
Anton-Wilhelm-Amo-Straße 58, 10117 Berlin

www.diw.de

Telefon: +49 30 897 89-0 E-Mail: kundenservice@diw.de

93. Jahrgang 7. Mai 2026

Herausgeber*innen

Prof. Anna Bindler, Ph.D.; Prof. Dr. Tomaso Duso; Sabine Fiedler; Prof. Marcel Fratzscher, Ph.D.; Prof. Dr. Peter Haan; Prof. Dr. Claudia Kemfert; Prof. Dr. Alexander S. Kritikos; Prof. Dr. Alexander Kriwoluzky; Prof. Karsten Neuhoff, Ph.D.; Prof. Dr. Sabine Zinn

Chefredaktion

Prof. Dr. Pio Baake; Claudia Cohnen-Beck; Sebastian Kollmann;
Kristina van Deuverden

Lektorat

Dr. Thilo Kroeger; Renke Schmacker

Redaktion

Dr. Hella Engerer; Petra Jasper; Adam Mark Lederer;
Frederik Schulz-Greve; Sandra Tubik

Gestaltung

Roman Wilhelm; Stefanie Reeg; Eva Kretschmer, DIW Berlin

Umschlagmotiv

© imageBROKER / Steffen Diemer

Satz

Satz-Rechen-Zentrum Hartmann + Heenemann GmbH & Co. KG, Berlin

Der DIW Wochenbericht ist kostenfrei unter www.diw.de/wochenbericht
abrufbar. Abonnieren Sie auch unseren Wochenberichts-Newsletter unter
www.diw.de/wb-anmeldung

ISSN 1860-8787