



Verbraucherzentrale
Bundesverband

Nachhaltige und gesunde Lebenswelten

Stellungnahme zum Aktionsplan „Nachhaltigkeit für ein modernes und zukunftsfähiges Deutschland“

31. Juli 2026

Inhalt

I. Verbraucherrelevanz.....	3
II. Mission „Mehr gesunde Lebensjahre...“.....	4
1. Prävention im Gesundheitssystem strukturell stärken.....	4
2. Gesunde Ernährung fördern.....	5
III. Mission „Reparieren schafft Zukunft...“.....	7
Impressum	9

I. Verbraucherrelevanz

Nachhaltigkeit und Gesundheit sind im Verbraucheralltag eng verbunden: Gesunde Ernährung, schadstoffarme Umweltbedingungen, langlebige und reparierbare Produkte oder eine ressourcenschonende Lebensweise fördern nicht nur Klima- und Umweltschutz, sondern auch Gesundheit, Lebensqualität und gesellschaftliche Teilhabe. Umgekehrt können nicht nachhaltige Produktions- und Konsummuster sowohl ökologische als auch gesundheitliche Belastungen verursachen. Nachhaltigkeitspolitik ist deshalb immer auch Verbraucher- und Gesundheitspolitik.

Die Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie bildet den zentralen Rahmen der Bundesregierung zur Umsetzung der Agenda 2030 und ihrer Nachhaltigkeitsziele. Mit dem Aktionsplan „Nachhaltigkeit für ein modernes und zukunftsfähiges Deutschland“ verfolgt die Bundesregierung das Ziel, die Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie durch konkrete Missionen und eine verstärkte ressortübergreifende Zusammenarbeit zu beschleunigen. Der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) begrüßt diesen missionsorientierten Ansatz ausdrücklich, weil er das Potenzial bietet, Nachhaltigkeitspolitik stärker an konkreten Verbesserungen in den Lebenswelten der Menschen auszurichten und ressortübergreifende Zusammenarbeit zu fördern.

Dies wird jedoch nur gelingen, wenn nachhaltige und gesundheitsförderliche Entscheidungen für Verbraucher:innen zur einfachen, bezahlbaren und verlässlichen Wahl werden. Dies kann nicht allein durch Information und Aufklärung erreicht werden. Vielmehr braucht es politische Rahmenbedingungen, die nachhaltiges und gesundheitsförderliches Handeln erleichtern, Fehlanreize abbauen und Unternehmen stärker in die Verantwortung nehmen.

Der vzbv sieht die Berücksichtigung der Verbraucherperspektive deshalb als Querschnittsaufgabe der Nachhaltigkeitspolitik. Nachhaltigkeitsmaßnahmen müssen nicht nur ökologisch wirksam sein, sondern auch soziale Teilhabe ermöglichen und die unterschiedlichen finanziellen Spielräume der Menschen berücksichtigen. Nachhaltigkeit wird nur dann breite Akzeptanz finden, wenn ihre Vorteile im Alltag spürbar werden und nachhaltige Optionen für alle zugänglich sind.

Der Aktionsplan enthält dafür zahlreiche relevante Missionen. Der vzbv konzentriert sich in dieser Stellungnahme auf die beiden Missionen „Mehr gesunde Lebensjahre für alle Menschen bis ins hohe Alter fördern“ und „Reparieren schafft Zukunft – Mehr Wert für Wirtschaft und Gesellschaft“. Beide Missionen stehen exemplarisch für die Verbindung von Gesundheit, Nachhaltigkeit und Verbraucherinteressen: Sie adressieren einerseits die Schaffung gesundheitsförderlicher Lebensbedingungen und andererseits die Stärkung einer ressourcenschonenden Kreislaufwirtschaft durch langlebige und reparierbare Produkte. Aus Sicht des vzbv bieten gerade diese beiden Handlungsfelder die Chance, nachhaltige Entwicklung für Verbraucher:innen konkret erfahrbar zu machen und zugleich einen wirksamen Beitrag zu den Nachhaltigkeitszielen zu leisten.

II. Mission „Mehr gesunde Lebensjahre...“

Der vzbv begrüßt ausdrücklich, dass die Mission „Mehr gesunde Lebensjahre für alle Menschen bis ins hohe Alter fördern“ einen ressortübergreifenden Präventionsansatz verfolgt und die Bedeutung gesundheitsförderlicher Lebensbedingungen in allen Lebensphasen hervorhebt. Positiv ist insbesondere, dass neben individueller Prävention auch Umweltfaktoren, Ernährung, Arbeitsbedingungen sowie die Vermeidung von Pflegebedürftigkeit in den Blick genommen werden.

Allerdings bleibt die Mission in zentralen Punkten zu unverbindlich. Da die Beteiligung der einzelnen Ressorts im Wesentlichen auf freiwilliger Kooperation beruht, besteht das Risiko, dass die vorgesehenen Maßnahmen nicht mit der notwendigen Konsequenz und Verbindlichkeit umgesetzt werden. Zudem bleibt im Aktionsplan unklar, wie die Zielerreichung gemessen wird, welche konkreten Meilensteine gelten und welche Konsequenzen eine Zielverfehlung nach sich zieht. Aus Sicht des vzbv bedarf es hier eines verbindlicheren Umsetzungsrahmens mit klaren Zuständigkeiten, überprüfbaren Zwischenzielen und transparentem Monitoring. Darüber hinaus sollten Länder und Kommunen frühzeitig in die Umsetzung eingebunden werden. Viele präventionsrelevante Maßnahmen werden vor Ort umgesetzt. Eine späte Beteiligung der föderalen Ebenen könnte die Akzeptanz und Wirksamkeit der Mission beeinträchtigen. Auch die Vorgabe, zusätzliche Personal- und Sachmittel grundsätzlich aus den jeweiligen Einzelplänen zu finanzieren, könnte notwendige Maßnahmen erschweren und die Bereitschaft zur Mitwirkung begrenzen.

1. Prävention im Gesundheitssystem strukturell stärken

Kritisch bewertet der vzbv das Verständnis von **Gesundheitskompetenz**, das in der Mission überwiegend auf die Befähigung der Menschen zu informierten Entscheidungen abzielt. Gesundheitskompetenz darf jedoch nicht allein als individuelle Verantwortung verstanden werden. Ebenso wichtig sind organisationale und systemische Voraussetzungen, die den Zugang zu verständlichen Informationen und geeigneten Versorgungsangeboten ermöglichen. Wenn Menschen nicht wissen, an wen sie sich wenden können oder welche Informationen verlässlich sind, liegt dies häufig nicht an mangelnder Kompetenz, sondern an komplexen, wenig abgestimmten und oftmals nicht ausreichend digitalisierten Strukturen. Gerade pflegebedürftige Menschen benötigen häufig nicht in erster Linie mehr Informationen, sondern einen besseren Zugang zu notwendigen Leistungen wie Physio-, Ergo- oder Sprachtherapie. Hier bestehen weiterhin erhebliche Versorgungshürden, etwa durch eingeschränkten Zugang zur ärztlichen Versorgung, insbesondere in Pflegeeinrichtungen, restriktive Verordnungspraktiken oder lange Wartezeiten auf Therapieangebote.

Der Aktionsplan hebt außerdem die **Forschungs- und Projektförderung** zur Verringerung sozial bedingter gesundheitlicher Ungleichheiten hervor. Zwar ist die wissenschaftliche Begleitung wichtiger Maßnahmen sinnvoll, jedoch liegen Erkenntnisse zu den Ursachen und Wirkmechanismen gesundheitlicher Ungleichheit bereits seit vielen Jahren hinreichend vor. Aus Sicht des vzbv kommt es daher weniger auf zusätzliche Forschung, als auf wirksame strukturelle Maßnahmen an, die gesundheitliche Chancengleichheit tatsächlich verbessern und soziale Unterschiede im Gesundheitszustand verringern.

Schließlich bleibt der Beitrag des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales zur betrieblichen **Prävention und Gesundheit am Arbeitsplatz** sehr vage. Angesichts der großen Bedeutung der

Arbeitswelt für die gesundheitliche Entwicklung im mittleren Lebensalter sollten die vorgesehenen Maßnahmen konkreter beschrieben und mit überprüfbaren Zielen hinterlegt werden. Nur so lässt sich nachvollziehen, welchen Beitrag die Arbeitswelt tatsächlich zur Erreichung des Missionsziels leisten soll.

2. Gesunde Ernährung fördern

Im Bereich Ernährung nimmt die Mission richtigerweise die Verbesserung der Gemeinschaftsverpflegung, sowie Ernährungsbildung in den Blick. Allerdings bleibt sie bei den notwendigen ordnungs- und finanzpolitischen Instrumenten deutlich hinter den Möglichkeiten zurück. Für eine wirksame Präventionspolitik reicht die Vermittlung von Wissen allein nicht aus. Der Fokus der Mission liegt derzeit zu einseitig auf individueller Verhaltensänderung und zu wenig auf den Rahmenbedingungen, die gesunde Ernährung im Alltag erleichtern. Dies gilt insbesondere mit Blick auf Kinder und Jugendliche, die laut Aktionsplan besonders im Fokus der Mission stehen.

Gesunde Lebenswelten für junge Menschen durch ein gesundes Ernährungsangebot sichern spätere gesunde Lebensjahre. Denn ernährungsmitbedingte Krankheiten treten häufig schon im Kindesalter auf: Rund jedes siebte Kind in Deutschland ist übergewichtig, jedes Dritte davon ist fettleibig.¹ Jugendliche, insbesondere Mädchen und junge Frauen, haben ein hohes Risiko, Essstörungen zu entwickeln,² wobei auch medial vermittelte Körperideale eine Rolle spielen.

Großbritannien schützt Kinder inzwischen umfassend: Seit Anfang des Jahres ist die **Werbung für zucker-, fett- und salzreiche Lebensmittel und Getränke** in Fernsehen und Internet stark eingeschränkt. So genannte „Quengelzonen“ im Eingangs- oder Kassenbereich und Mengenrabatte für Produkte mit hohem Fett-, Salz- oder Zuckergehalt wie „Kaufen Sie eins, erhalten Sie zwei“ oder „30 Prozent mehr Inhalt“ wurden abgeschafft.³ Deutschland sollte nachziehen. Die Verbraucherzentralen empfehlen zusätzlich, für Produkte mit Kinderoptik **Obergrenzen für Fett, Salz und Zucker** nach dem WHO-Nährwertprofilmodell einzuführen. Diese Produkte sollten nicht mehr an Kinder vermarktet werden dürfen, weder in ihrer Aufmachung auf der Verpackung noch in Werbebotschaften. In einer Befragung sprechen sich rund 90 Prozent der Befragten für Obergrenzen und Werbebeschränkungen aus.⁴ Die „**Nationale Reduktionsstrategie**“ sollte für Hersteller verpflichtend werden und verbindliche Reduktionsziele aufstellen.

Auch soziale Medien haben zunehmend Einfluss auf die Ernährungsentscheidungen junger Menschen. Laut einer Forsa-Umfrage im Auftrag des vzbv nutzen 38 Prozent der 18-34-jährigen Social Media gezielt, um sich über Ernährung zu informieren. Davon haben 64 Prozent in den vergangenen zwei Jahren einmal oder häufiger ein Nahrungsmittel gekauft, weil es von

¹ Robert Koch-Institut: Übergewicht und Adipositas im Kindes- und Jugendalter in Deutschland – Querschnittergebnisse aus KiGGS Welle 2 und Trends - Fact sheet - JoHM 1/2018, https://www.rki.de/DE/Aktuelles/Publikationen/Journal-of-Health-Monitoring/GBEDownloads/FactSheets/JoHM_01_2018_Adipositas_KiGGS-Welle2.html

² Robert Koch-Institut: Essstörungssymptome bei Kindern und Jugendlichen: Häufigkeiten und Risikofaktoren, Ergebnisse aus KiGGS Welle 2 und Trends, Bundesgesundheitsbl 2019 · 62:1195–1204 <https://doi.org/10.1007/s00103-019-03005-w>

³ Department of Health and Social Care: Guidance. Restricting promotions of products high in fat, sugar or salt by location and by volume price: implementation guidance. Updated 29 September 2023, <https://www.gov.uk/government/publications/restricting-promotions-of-products-high-in-fat-sugar-or-salt-by-location-and-by-volume-price/restricting-promotions-of-products-high-in-fat-sugar-or-salt-by-location-and-by-volume-price-implementation-guidance>

⁴ IFH Köln: Ernährungspolitische Einstellungen und Verhaltensweisen, Ergebnisse und gutachterliche Einordnung einer internetrepräsentativen Verbraucherbefragung im Auftrag des vzbv, 2025, S. 56 f, https://www.vzbv.de/sites/default/files/2025-06/25-06-10_IFH_KOELN_Bericht_Ern%C3%A4hrungspolitische-Einstellungen-und-Verhaltensweisen_1.pdf

Influencer:innen beworben wurde.⁵ Die deutliche Mehrheit der Verbraucher:innen (72 Prozent) ist der Ansicht, dass **Influencer:innen** strenger gesetzlich reguliert werden sollten, wenn sie Produkte bewerben oder Ernährungsempfehlungen geben. Influencer:innen sollte verboten werden für Produkte zu werben, die nicht den Nährwertkriterien der Weltgesundheitsorganisation (WHO) für Kinderprodukte entsprechen, also zu viel Zucker, Fett oder Salz enthalten. Bildungsformate sollten auf Jugendliche zugeschnitten und in Lehrpläne integriert werden, damit sie das kommerzielle Interesse hinter attraktiven Posts erkennen und Werbeversprechen einordnen können.

Jugendliche in Deutschland nehmen im Schnitt mehr als ein Viertel ihrer täglichen Energiezufuhr über Softdrinks auf. Deutschland ist eines der EU-Länder mit dem höchsten Pro-Kopf-Verbrauch an zuckergesüßten Getränken.⁶ Eine gestaffelte **Herstellerabgabe auf Süßgetränke**, die bestimmte Zuckergehalte überschreiten, kann hier Abhilfe schaffen. Die Bundesregierung hat eine Zuckersteuer nach dem Vorbild in Großbritannien angekündigt. Sie soll die Hersteller dazu anregen, zuckerärmere Getränke auf den Markt zu bringen und dadurch flächendeckend die Zuckeraufnahme von jungen und alten Menschen durch Getränke zu senken. Hier liegt ein zentraler Hebel für die Prävention.

Weiteren Handlungsbedarf sieht der vzbv im Schutz der Kinder vor **Ernährungsarmut**. Etwa jedes siebte Kind unter 18 Jahren war 2024 laut Statistischem Bundesamt armutsgefährdet und hatte damit ein erhöhtes Risiko für Mangel- beziehungsweise Fehlernährung.⁷ Kinder aus Familien mit niedrigem Haushaltseinkommen sind drei Mal stärker von Adipositas betroffen. Sie essen im Vergleich zu Gleichaltrigen seltener frisches Obst und trinken häufiger Softdrinks.⁸ Um Chancengleichheit zu sichern, sollten **Schulen und Kitas** Räume für gesunde Lebenswelten werden, wo allen ein idealerweise beitragsfreies und an den Qualitätsstandards der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE) ausgerichtetes Mittagessen zusteht. In Schweden ist das Schulmittagessen seit Jahrzehnten beitragsfrei. In einer Langzeitstudie wurde festgestellt, dass dortige Schüler:innen, die während ihrer gesamten Schulzeit beitragsfrei versorgt wurden, im Schnitt um einen Zentimeter mehr wuchsen, häufiger ein Studium begannen und als Erwachsene rund drei Prozent mehr verdienten als schwedische Schüler:innen außerhalb des Programms.⁹ Besonders Kinder aus ärmeren Familien profitierten.

Die **Preise für Lebensmittel** sind in den letzten Jahren stark gestiegen. Auch wenn die Inflationsrate rückläufig ist, bleibt sie auf einem hohen Niveau. Eine gesunde und nachhaltige Ernährung wird dadurch schwieriger und teurer. Gut zwei Drittel derer mit einem Haushaltseinkommen unter 2.000 Euro netto müssen oft an gesunden Lebensmitteln sparen.¹⁰

⁵ Forsa/vzbv: Grüne Woche Tabellenband, 2025, <https://www.vzbv.de/sites/default/files/2026-01/Tabellen%20Gr%C3%BCne%20Woche.pdf>

⁶ Wissenschaftlicher Beirat für Agrarpolitik, Ernährung und gesundheitlichen Verbraucherschutz: Politik für eine nachhaltigere Ernährung, 2020, S. 682, https://www.bmleh.de/SharedDocs/Archiv/Downloads/wbae-gutachten-nachhaltige-ernaehrung.pdf?__blob=publicationFile&v=

⁷ Statistisches Bundesamt: Gut jedes siebte Kind armutsgefährdet, 2025, https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2025/11/PD25_N065_63.html

⁸ Bundeszentrum für Ernährung (BZfE): Ernährungsarmut erkennen und begegnen, <https://www.bzfe.de/schule-und-kita/schulleben-gestalten/ernaehrungsarmut-begegnen>

⁹ Lund University: Free and nutritious school lunches help create richer and healthier adults, 2021, <https://www.lunduniversity.lu.se/article/free-and-nutritious-school-lunches-help-create-richer-and-healthier-adults>

¹⁰ IFH Köln: Ernährungspolitische Einstellungen und Verhaltensweisen, Ergebnisse und gutachterliche Einordnung einer internetrepräsentativen Verbraucherbefragung im Auftrag des vzbv, 2025, S. 37, https://www.vzbv.de/sites/default/files/2025-06/25-06-10_IFH_KOELN_Bericht_Ern%C3%A4hrungspolitische-Einstellungen-und-Verhaltensweisen_1.pdf

Dies trifft oft auf junge Menschen zu. Der vzbv fordert eine staatliche Preisbeobachtung und Transparenz über steigende Lebensmittelpreise, sowie eine Kennzeichnung von Mogelpackungen und die Nullbesteuerung von Obst, Gemüse und Hülsenfrüchten.

III. Mission „Reparieren schafft Zukunft...“

Der vzbv begrüßt ausdrücklich, dass die Bundesregierung im Rahmen der Mission „Reparieren schafft Zukunft – Mehr Wert für Wirtschaft und Gesellschaft“ die Einführung eines **bundesweiten unternehmensfinanzierten Reparaturbonus** prüft. Ein solcher Bonus kann einen wichtigen Beitrag dazu leisten, Reparaturen für Verbraucher:innen attraktiver zu machen und die Entscheidung für die Instandsetzung, statt für den Neukauf zu erleichtern. Wichtig ist dabei, dass die Gebühren an die Reparierbarkeit der Geräte angepasst wird: Aus Sicht des vzbv muss die Finanzierung zwingend mit einer **Ökomodulation der Beiträge** verknüpft werden. Hersteller, die besonders reparierbare, langlebige und ressourcenschonende Produkte auf den Markt bringen, sollten geringere Beiträge leisten als Hersteller von Produkten, die Reparaturen erschweren oder eine kurze Nutzungsdauer aufweisen. Ohne ein solches Bonus-Malus-System fehlt ein wirksamer wirtschaftlicher Anreiz, Produkte bereits in der Entwicklungsphase reparaturfreundlich zu gestalten. Der Reparaturbonus sollte daher aus einer ökologisch differenzierten Herstellerabgabe finanziert werden, die zugleich die Kosten umweltbelastender Produktgestaltung berücksichtigt.

Ergänzend kann die **Mehrwertsteuer auf Reparaturdienstleistungen abgesenkt werden**. Eine reduzierte Mehrwertsteuer könnte Reparaturen unmittelbar günstiger und damit Reparaturen finanziell attraktiver machen. Gerade bei günstigen Elektrogeräten scheitern Reparaturenentscheidungen häufig daran, dass die Kosten für die Instandsetzung in keinem attraktiven Verhältnis zum Anschaffungspreis eines Neugeräts stehen. Die Bundesregierung sollte daher prüfen, wie steuerliche Instrumente gezielt eingesetzt werden können, um Reparaturen wirtschaftlich attraktiver zu machen.

Darüber hinaus greift die Mission zentrale Hindernisse für eine erfolgreiche Umsetzung des Rechts auf Reparatur nicht ausreichend auf. Verbraucher:innen scheitern im Alltag häufig daran, dass **Ersatzteile zu teuer oder nicht rechtzeitig verfügbar sind**. Deshalb sollte sich die Bundesregierung auf europäischer Ebene dafür einsetzen, dass die Höchstliefrierfristen für Ersatzteile innerhalb der Ökodesign-Anforderungen auf **maximal fünf Werktagen** vereinheitlicht werden. Wochenlange Wartezeiten auf notwendige Bauteile machen Reparaturen unattraktiv und führen häufig dazu, dass sich Verbraucher:innen trotz Reparaturbereitschaft für einen Neukauf entscheiden.

Ebenso fehlt eine Konkretisierung dessen, was bei Ersatzteilen als **angemessener Preis** gelten soll. Der vzbv fordert die Entwicklung eines europäischen Kriterienkatalogs zur Bestimmung angemessener Ersatzteilpreise. Als Orientierung sollte gelten, dass das teuerste Ersatzteil eines

Produkts grundsätzlich **nicht mehr als 30 Prozent des ursprünglichen Kaufpreises** kosten darf. Wenn beispielsweise der Austausch einer Ladebuchse bei einem drei Jahre alten Smartphone die Hälfte des ursprünglichen Gerätepreises kostet und das benötigte Ersatzteil erst nach mehreren Wochen verfügbar ist, besteht faktisch keine echte Wahlfreiheit zwischen Reparatur und Neukauf. Damit das Recht auf Reparatur im Alltag Wirkung entfalten kann, müssen Reparaturen nicht nur technisch möglich, sondern auch bezahlbar und zeitnah umsetzbar sein.

Schließlich bleibt die Mission hinter den Erfordernissen einer umfassenden Stärkung langlebiger Produkte zurück. Der vzbv fordert, die **Gewährleistungsfrist stärker an der erwartbaren Lebensdauer von Produkten auszurichten**, die Beweislastumkehr auf **mindestens zwei Jahre** zu verlängern und eine verpflichtende Angabe der erwartbaren Produktlebensdauer einzuführen. Nur wenn Hersteller stärker für die tatsächliche Haltbarkeit ihrer Produkte Verantwortung übernehmen, entstehen wirksame Anreize für langlebige und reparaturfreundliche Produktgestaltung.

Insgesamt ist die Mission ein wichtiger Schritt hin zu mehr Reparatur und Ressourcenschonung. Damit Reparieren jedoch tatsächlich zur alltäglichen und attraktiven Alternative zum Neukauf wird, müssen die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen stärker in den Blick genommen werden. Neben einem unternehmensfinanzierten Reparaturbonus braucht es deshalb verbindliche Anreize für reparierbare Produkte, faire Ersatzteilpreise, kurze Lieferfristen, steuerliche Vergünstigungen für Reparaturen sowie eine Stärkung der Verbraucherrechte im Gewährleistungsrecht. Nur so entstehen echte Wahlfreiheit, Ressourcenschutz und langfristige Versorgungssicherheit.

Impressum

Herausgegeben von:

Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.
Rudi-Dutschke-Straße 17, 10969 Berlin

T +49 30 25800-0

info@vzbv.de

vzbv.de

Stand:

Juli 2026

Der Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. ist im Deutschen Lobbyregister und im europäischen Transparenzregister registriert. Sie erreichen die entsprechenden Einträge [hier](#) und [hier](#).