

Erfolg fürs Klima: Deutschland wäscht 2026 noch kälter – positiver Trend setzt sich fort

Die Nachhaltigkeitsinitiative #WirDrehenRunter von WWF Deutschland und Ariel zeigt auch im vierten Jahr messbaren Erfolg: Seit dem Start der Kampagne in 2022 haben die Haushalte in Deutschland die Temperatur beim Wäschewaschen um 2,44 °C gesenkt und damit 311.000 Tonnen CO₂-Äquivalente eingespart

Schwalbach am Taunus/ Berlin, 16. September 2026 – In deutschen Haushalten wird zunehmend bei niedrigeren Temperaturen gewaschen. So sank die durchschnittliche Waschtemperatur in Deutschland 2026 gegenüber dem Vorjahr um weitere 0,92 °C. Das zeigt: Die Nachhaltigkeitsinitiative #WirDrehenRunter der Umweltschutzorganisation WWF Deutschland und des Waschmittel-Herstellers Procter & Gamble (P&G) mit der Marke Ariel wirkt. Wie eine aktuelle Evaluierung des unabhängigen Forschungsinstituts Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production (CSCP) belegt, drehen immer mehr Menschen in Deutschland die Temperatur beim Wäschewaschen herunter.

Seit dem Start der gemeinsamen Initiative 2022 haben die Menschen in Deutschland insgesamt 311.000 Tonnen CO₂ eingespart. Möglich wurde das durch eine Absenkung der durchschnittlichen Waschtemperatur um 2,44 °C auf aktuell 40,76 °C. Gleichzeitig ist der Anteil der Haushalte, die bei 30 °C waschen, von 24,1 Prozent auf 32,1 Prozent gestiegen.

Rosa Strube, Leiterin des Teams zu nachhaltigen Lebensstilen beim CSCP, erklärt: „Wir begleiten die #WirDrehenRunter-Initiative nun seit ihrem Start 2022 und freuen uns, über diesen Zeitraum von vier Jahren eine Reduktion der durchschnittlichen Waschtemperatur in Deutschland um 2,44 °C zu sehen. Gleichzeitig können wir eine langsame, aber sichtbare Veränderung der Einstellungen zum kälteren Waschen, der Grundvoraussetzung für die Wahl einer niedrigeren Waschtemperatur, sehen. Diese Veränderung geschieht nicht von heute auf morgen, aber sie ist möglich.“

Gleichzeitig räumen Verbraucher:innen zunehmend mit Mythen auf. Der Anteil derer, die Waschen bei niedrigen Temperaturen für „flecklösend“ halten, wuchs. Die Erkenntnis, dass moderne Waschmittel auch bei 30 °C vollständig reinigen und Textilien dabei schonen, setzt sich durch. Mit dieser Verhaltensveränderung sind messbare CO₂-Einsparungen verbunden: Allein 2026 waren dies rund 119.000 Tonnen CO₂-Äquivalente.

Über den Zeitraum von vier Jahren seit Start der Kampagne beliefen sich die Einsparungen auf 311.000 Tonnen CO₂-Äquivalente.

Gabriele Hässig, Geschäftsführerin Kommunikation & Nachhaltigkeit in Deutschland, Österreich und der Schweiz (DACH) bei Procter & Gamble, ergänzt: „Die 311.000 Tonnen CO₂-Einsparungen zeigen: Kontinuierliches Engagement, fortlaufende Aufklärung und Kommunikation mit allen Haushalten wirkt. Das Verständnis, dass moderne Waschmittel auch bei 30 °C genauso vollständig reinigen und die Textilien dabei geschont werden, wächst. Erkennbar ist auch: Die Menschen ändern selbst ihr Verhalten, wenn Vorteile aufgezeigt und erlebbar werden und sie sich abgeholt fühlen. Die Haushalte verändern durchaus ihre Gewohnheiten – und das auch ohne Druck dauerhaft. Gleichzeitig liefern sie damit einen starken Beitrag zum Schutz der Umwelt. Das ist echter Wandel im Alltag.“

Heike Vesper, Vorständin Transformation Politik & Wirtschaft beim WWF Deutschland, betont: „Die neuen Messergebnisse machen deutlich, dass unsere gemeinsame Initiative zu einer echten Verhaltensänderung beiträgt. #WirDrehenRunter zeigt: Dranbleiben und die Menschen mitnehmen sorgt für Wirkung und positive Veränderung für mehr Umwelt- und Klimaschutz. Das wollen wir weiter ausbauen. Unser Ziel haben wir klar vor Augen: Dass 30 °C-Wäsche der Standard wird und nicht die Ausnahme bleibt. Diesem Ziel kommen wir Schritt für Schritt näher. Denn jedes Zehntel Grad für den Klimaschutz zählt.“

Ariel unterstützt diese Entwicklung durch Produktinnovation und kontinuierliche Information und Erklärung. Auf wirdrehenrunter.de können Haushalte zudem individuell berechnen, wie viel Energie und Kosten sie durch niedrigere Waschttemperaturen sparen.

In den kommenden Monaten wird die Initiative mit weiteren Impulsen fortgeführt: TV-, Digital- und Influencer-Aktivierungen werden die Botschaften zum Waschen bei niedrigen Temperaturen gezielt weiterverbreiten. Darüber hinaus unterstützen Partner im Handel mit zusätzlichen „Kaltwaschwochen“, um die Normalität von niedrigeren Waschttemperaturen noch stärker im Alltag der Menschen zu verankern.

Weiterführende Informationen unter: www.wirdrehenrunter.de; zum [E-Learning-Kurs](#) des WWF

Hintergrundinformationen

Für mehr Nachhaltigkeit im Alltag: #WirDrehenRunter – kleiner Dreh mit großer Wirkung

#WirDrehenRunter ist eine gemeinsame Initiative von WWF Deutschland und dem Waschmittelhersteller P&G mit der Marke Ariel. Die Initiative wurde vor vier Jahren mit dem Ziel ins Leben gerufen, die überdurchschnittlich hohe Waschttemperaturen in Deutschland abzusenken und damit einen wichtigen Beitrag für mehr Nachhaltigkeit im Alltag und zum Klimaschutz zu leisten. Denn: Die Temperatur beim Waschen hat den größten Einfluss auf

den Energieverbrauch – bis zu 60 Prozent des CO₂-Fußabdrucks entstehen allein dadurch. Weitere 20 Prozent entfallen auf die Inhaltsstoffe des Waschmittels, während die restlichen 20 Prozent durch Verpackung, Herstellung, Transport und Entsorgung verursacht werden. Wer seine Wäsche bei niedrigeren Temperaturen wie 30 °C und kälter wäscht, trägt somit aktiv dazu bei, Energie zu sparen und CO₂-Emissionen zu verringern – ein wichtiger Schritt für den Klimaschutz, insbesondere wenn viele Menschen mitmachen. Mit der gemeinsamen Initiative fördern der WWF Deutschland und P&G eine kleine Verhaltensänderung im Alltag mit großer Wirkung.

Ergebnisse werden wissenschaftlich gemessen

Die wissenschaftliche Begleitung der Initiative durch das Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production (CSCP) stellt sicher, dass die Ergebnisse fundiert und nachvollziehbar sind. Grundlage der Erfolgsmessung sind regelmäßige Umfragen und Temperaturmessungen in Deutschland sowie ein Vergleich mit Österreich als Referenzmarkt, in welchem die Kampagne nicht läuft.

Vorteile der Kaltwäsche bei 30 °C oder kälter im Alltag

- **Energie- und Kosteneinsparung:** Wer statt bei 60 °C bei 30 °C wäscht, kann bis zu 60 Prozent der Energie einsparen – bezogen auf den Energieverbrauch einer Waschmaschine im Standardprogramm. Selbst bei einer Reduktion der Waschtemperatur von 40 °C auf 30 °C liegt das CO₂-Einsparpotenzial bei 38 Prozent. Auf www.wirdrehenrunter.de lässt sich individuell berechnen, wie viel Geld sich im eigenen Haushalt durch das Absenken der Waschtemperatur sparen lässt.
- **Länger Freude an Kleidung:** Waschen bei niedrigeren Temperaturen ist sanfter zu Textilien. Fasern und Farben werden weniger stark beansprucht, was die Lebensdauer der Kleidung verlängert. Dadurch muss Kleidung seltener ersetzt werden – das spart Ressourcen und schont die Umwelt.
- **Sauberkeit ohne Kompromisse:** Moderne Waschmittel wie Ariel entfernen alltägliche Flecken und Gerüche bereits bei 30 °C zuverlässig und sorgen für saubere Wäsche.

WWF Deutschland

Der WWF Deutschland ist Teil der internationalen Umweltschutzorganisation World Wide Fund for Nature (WWF). Seit mehr als 60 Jahren arbeitet das WWF-Netzwerk rund um den Globus daran, die Umweltzerstörung zu stoppen und eine Zukunft zu gestalten, in der Mensch und Natur in Einklang miteinander leben. In rund 100 nationalen und internationalen Projekten setzt sich der WWF Deutschland aktuell für den Erhalt der biologischen Vielfalt und unserer natürlichen Lebensgrundlagen ein. Der WWF Deutschland arbeitet in Projekten, Branchenansätzen und bilateralen Partnerschaften konstruktiv mit Unternehmen zur Lösung von Umweltproblemen zusammen. www.wwf.de

Procter & Gamble

Procter & Gamble bietet Verbraucher:innen auf der ganzen Welt eines der stärksten Portfolios mit qualitativ hochwertigen und führenden Marken wie Always®, Ambi Pur®, Ariel®, Bounty®, Braun®, Charmin®, Crest®, Dawn®, Downy®, Fairy®, Febreze®, Gain®,

Gillette®, Head&Shoulders®, Lenor®, Oral-B®, Pampers®, Pantene®, SK-II®, Tide®, Whisper® und Wick®. P&G ist weltweit in 70 Ländern tätig. Weitere Informationen über P&G und seine Marken finden Sie unter www.de.pg.com

Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production

Als gemeinnütziger 'Think- und Do-Tank' unterstützt das Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production seit über 20 Jahren Unternehmen und staatliche Organisationen bei der Entwicklung von Nachhaltigkeitsstrategien und der Umsetzung von wirkungsorientierten und innovativen Lösungen in nationalen und internationalen Projekten. In seiner Arbeit befasst sich das CSCP mit der Rolle des menschlichen Verhaltens und der Anwendung verhaltenspsychologischer Erkenntnisse in der Praxis. Eine weitere Kernkompetenz des CSCP ist die Gestaltung und Organisation von Multi-Stakeholder-Prozessen mit Akteuren aus Wirtschaft, Zivilgesellschaft und Wissenschaft. www.cscp.org/our-work/

Pressekontakt:

WWF Deutschland

Jelena Admoni, Pressesprecherin
Reinhardtstr. 18, 10117 Berlin
Tel.: +49 30 311 777 423, E-Mail: jelena.admoni@wwf.de

Procter & Gamble

Dr. Johannes Keller, Senior Scientific and Sustainability Communication Manager
Sulzbacher Str. 40, 65824 Schwalbach am Taunus
Mobil: +49 152 2269 3062, E-Mail: keller.j@pg.com

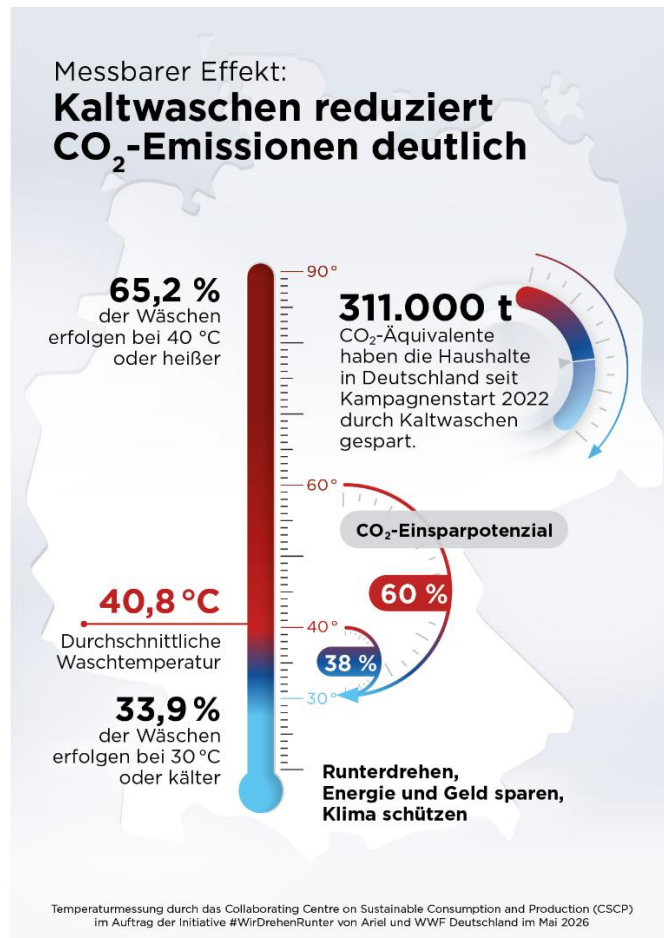
CSCP

Rosa Strube, Head of Sustainable Lifestyles
Hagenauer Straße 30, 42107 Wuppertal
Tel.: +49 202 459 58 13, E-Mail: rosa.strube@cscp.org

Golin Ketchum (Kommunikationsagentur)

Laura Rodermond
Bahnstraße 2, 40212 Düsseldorf
Mobil: +49 172 5176025, E-Mail: laura.rodermond@omc.com

Messbarer Effekt bei den CO₂-Emissionen



Messbare Absenkung der Waschtemperatur

