

# Ein Label für Nachhaltigkeit

## Anforderungen und Chancen



Nachhaltigkeitsstandards für  
Agrarrohstoffe, WWF  
Berlin, 26.01.2012

**Dr. Gerd Scholl**

IÖW – Institut für ökologische  
Wirtschaftsforschung, Berlin

# Hintergrund (1)



Aktenzeichen: 514-06.01/08HS031

## **Untersuchung zur möglichen Ausgestaltung und Markt- implementierung eines Nachhaltigkeitslabels zur Verbraucherinformation – Endbericht –**

Auftragnehmer: Öko-Institut e.V.

Freiburg, 17.12.2009

Forschungsvorhaben Nr.: 514-02.05-2808HS031

Laufzeit und Berichtszeitraum:

06.04.2009 – 21.12.2009

Die Bearbeitung des Forschungsvorhabens erfolgte in  
Zusammenarbeit mit dem Institut für ökologische  
Wirtschaftsforschung (IÖW) GmbH, gemeinnützig

### **Autor/innen:**

Dr. Jennifer Teufel, Öko-Institut e.V.

Dr. Frieder Rubik, Institut für ökologische  
Wirtschaftsforschung (IÖW) gGmbH

Dr. Gerd Scholl, Institut für ökologische  
Wirtschaftsforschung (IÖW) gGmbH

Britta Stratmann, Öko-Institut e.V.

Kathrin Graulich, Öko-Institut e.V.

Andreas Manhart, Öko-Institut e.V.

### **Öko-Institut e.V.**

Geschäftsstelle Freiburg  
Postfach 50 02 40  
79028 Freiburg, Deutschland  
**Hausadresse**  
Merzhauser Straße 173  
79100 Freiburg, Deutschland  
Tel. +49 (0) 761 – 4 52 95-0  
Fax +49 (0) 761 – 4 52 95-88

### **Büro Darmstadt**

Rheinstraße 95  
64295 Darmstadt, Deutschland  
Tel. +49 (0) 6151 – 81 91-0  
Fax +49 (0) 6151 – 81 91-33

### **Büro Berlin**

Novalisstraße 10  
10115 Berlin, Deutschland  
Tel. +49 (0) 30 – 40 50 85-0  
Fax +49 (0) 30 – 40 50 85-388

# Hintergrund (1)

---



## – Auftraggeber

- Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Verbraucherschutz (BMELV)

## – Ziele

- Analyse Sachstand nationaler und internationaler Mess- und Bewertungssysteme im Bereich nachhaltiger Konsum
- Darstellung konzeptioneller Eckpunkte eines umfassenden Nachhaltigkeitslabels anhand von Fallbeispielen

→ Beitrag BMELV zur Deutschen Nachhaltigkeitsstrategie (Update 2012)

# Hintergrund (2)

---



## – Methoden

- Literaturanalyse
- Analyse der Label-„Landschaft“
- Fallstudien: Nahrungsmittel, Spielzeug, Finanzinvestments
- Interviews
- Workshop mit Stakeholdern

## – Debatte um Nachhaltigkeitslabel

- Vielzahl politischer Forderungen nach einem Nachhaltigkeitslabel
- Gewisses Interesse bei Konsumenten und in der Wirtschaft
- Nur wenige konzeptionelle wissenschaftliche Arbeiten (außer z.B. Mazijn et al. 2004, Eberle 2001)

# Ergebnisse der Bestandsaufnahme (1)

---



- **Keine Produktkennzeichnung deckt alle Nachhaltigkeitsdimensionen entlang der ganzen Produktkette ab**
- **FSC-Siegel deckt alle drei Nachhaltigkeitsdimensionen ab, jedoch nur im ersten Teil der Produktkette**
- **Ökologische Nachhaltigkeitsaspekte**
  - sehr gute Grundlage durch klassische Umweltlabel, wie “Blauer Engel”
  - Defizit: Rohstoffgewinnung, Water Footprint u. ä.



# Ergebnisse der Bestandsaufnahme (2)

---



- **Soziale Nachhaltigkeitsaspekte**
  - gut durch FairTrade-Siegel abgedeckt
  - Allerdings: Zertifizierung von Produkten mit relativ “einfachen” Produktketten
- **Ökonomische Nachhaltigkeitsaspekte:**
  - Bislang kaum berücksichtigt
  - Ausnahme: Deutsches Gütesiegel für Nachhaltiges Bauen (Büro- und Verwaltungsgebäude)
- **Transport/Distribution wird bislang nicht durch entsprechende Nachhaltigkeitskriterien abgedeckt**



# Trends und Entwicklungen (1)



- noch mehr Labels,  
z.B. klimabezogene Kennzeichen



- Kombination verschiedener  
Produktkennzeichen



&



- „Up-grading“ bestimmter Label
  - z.B. soziale Aspekte beim Blauen Engel (Textilien, Schuhe, textiles Spielzeug)
  - EU-Blume: Berücksichtigung sozialer und ethischer Aspekte neuerdings möglich

## Trends und Entwicklungen (2)

---



- **Initiativen zur vergleichenden Bewertung von Labeln**
  - z.B. label-online, Nachhaltiger Warenkorb
- **Frankreich: „Grenelle de l’environnement“**
  - „Das Konzept der Angabe von Informationen zur **Umweltverträglichkeit** von Produkten und Dienstleistungsangeboten in Verbindung mit dem jeweiligen Preis wird schrittweise entwickelt. Hiermit verbunden ist eine entsprechende Kennzeichnung bzw. Bereitstellung am jeweiligen Verkaufsort einschließlich Informationen zur Rückverfolgbarkeit und den **sozialen Bedingungen bei der Herstellung**“
- **Unternehmensinitiativen**
  - z.B. REWE „Pro Planet“ 
  - z.B. Wal-Mart „Sustainability Index“
  - ...





# **konzeptionelle Vorschläge der Studie**

# Anforderungen an Nachhaltigkeitslabel

---



## „Meta“- Anforderungen

- Produktgruppenübergreifend
- Freiwillig

## Produktbezogene Anforderungen

- Lebenswegorientierung
- Mehrdimensionalität der Vergabeanforderungen

## Prozedurale Anforderungen

- Unabhängigkeit Zeichen-  
geber und Zeichennehmer
- Partizipation
- Unabhängige Überprüfung
- Zugänglichkeit der  
Vergabeanforderungen
- Transparenz und  
Verfahrensregeln
- Orientierung an ISO 14024

## 4+1 Varianten

---



1. **Neuentwicklung eines Nachhaltigkeitszeichens**
2. **Entwicklung eines Nachhaltigkeitszeichens aus einem oder mehreren bestehenden Kennzeichensystemen**
3. **Formelle Gütekriterien für Zeichensysteme**
4. **Informelle Gütekriterien für Zeichensysteme**
5. **Beibehaltung Status Quo („Nullvariante“)**



# Variante 1: Neuentwicklung

---

- **Ausgangspunkt**
  - Existenz von vielen Umweltzeichen, bislang fast ausschließlich Berücksichtigung der ökologischen Dimension der Nachhaltigkeit
- **Ziel**
  - Entwicklung und Umsetzung „des“ Nachhaltigkeitszeichens
- **Maßnahmen**
  - Träger und Zeichenvergabestelle
  - Verfahrens- und Entscheidungsregeln, Validierungssystem
  - Finanzausstattung
  - Einbeziehung von Anspruchsgruppen
  - Methodik für Vergabeanforderungen
  - Wort- und Bildmarke
  - Kommunikationsmaßnahmen zur Markteinführung

# Variante 2: Entwicklung aus bestehenden Kennzeichen

---



- **Ausgangspunkt**
  - Entwicklung aus bestehenden Zeichensystemen
  - möglicher Ausgangspunkt in DE: „Blauer Engel“
- **Ziel**
  - Ansetzen an bisherigen Strukturen und Kompetenzen sowie gezielte Weiterentwicklung in Richtung Nachhaltigkeit
- **Maßnahmen**
  - (Weitgehende) Beibehaltung des institutionellen Rahmens
  - Ressortabstimmung
  - Ausweitung Finanzgrundlage
  - Prüfung/Update bisheriger Regeln, Verfahren, Vergabegrundlagen und Validierungssysteme
  - Überarbeitung Wort- und Bildmarke und Kommunikation



## Variante 3: Formelle Gütekriterien

---

- **Ausgangspunkt**
  - Weiterentwicklung bestehender Kennzeichen i. S. eines Nachhaltigkeitszeichens
- **Ziel**
  - Formelle Gütekriterien für bestehende Labels
  - Zertifizierung der Erfüllung der Anforderung mit Zusatzsymbol
- **Maßnahmen**
  - Geschäftsstelle
  - Finanzgrundlage
  - Einbeziehung der Anspruchsgruppen
  - Aufbau Entscheidungs- und Verfahrensregeln
  - Aufbau Zertifizierungssystem
  - Kommunikationsmaßnahmen zur Markteinführung



## Variante 4: Informelle Gütekriterien

---

- **Ausgangspunkt**
  - Kein eigenständiges Nachhaltigkeitskennzeichen
  - Weiterentwicklung bestehender Kennzeichen i. S. eines Nachhaltigkeitszeichens
- **Ziel**
  - Informelle Gütekriterien („Orientierungsrahmen“) für Labels
    - produktgruppenübergreifend und produktgruppenspezifisch
  - Dialog und Vernetzung
- **Maßnahmen**
  - Dialogträger (Moderation, Mediation, Verwaltung)
  - Finanzgrundlage
  - Anspruchsgruppen
  - Vereinbarung von „Spielregeln“

# Vergleich der Varianten



Merkmale	Neuentwicklung	Entwicklung aus bestehenden Kennzeichen	Formelle Gütekriterien	Informelle Gütekriterien
<b>Neues Label</b>	Ja	Nein	Ja	Nein
<b>Zuständigkeit</b>	Neue Institution	Bestehende Institution	Neue Institution	Neue Institution
<b>Zertifizierung</b>	Ja	Ja	Ja	Nein
<b>Aufwand</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Einrichtung eines Labelsinhabers</li> <li><input type="checkbox"/> Zertifizierungsorganisation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Integration zusätzlicher Stakeholder in die zuständige Institution</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Einrichtung eines "Betreibers"</li> <li><input type="checkbox"/> Einbeziehung einer Zertifizierungsorganisation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Einrichtung eines "Betreibers"</li> </ul>
<b>Implementierung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Verfahrensregeln</li> <li><input type="checkbox"/> Einbindung Stakeholder</li> <li><input type="checkbox"/> Neues Logo</li> <li><input type="checkbox"/> Imagekampagne zur Markteinführung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Klärung der Rollen der beteiligten Ministerien und Behörden</li> <li><input type="checkbox"/> Modifizierung des Zertifikationsverfahrens</li> <li><input type="checkbox"/> Überarbeitung bestehender Vergabekriterien</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Ausarbeitung von Gütekriterien</li> <li><input type="checkbox"/> Verfahrensregeln</li> <li><input type="checkbox"/> Überarbeitung bestehender Vergabekriterien der interessierten Labels</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Ausarbeitung von Gütekriterien</li> <li><input type="checkbox"/> Verfahrensregeln</li> <li><input type="checkbox"/> Überarbeitung bestehender Vergabekriterien der interessierten Labels</li> </ul>
<b>Finanzieller Aufwand</b>	Hoch	Mittel	Mittel/Gering	Gering
<b>Zeitlicher Aufwand</b>	Hoch	Mittel	Mittel/Gering	Gering







# Stärken und Schwächen der Varianten



Stärken & Schwächen	Neuentwicklung	Entwicklung aus bestehenden Kennzeichen	Formelle Gütekriterien	Informelle Gütekriterien
<b>Stärken</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ <b>Klare Orientierung für Marktakteure</b></li> <li>□ Bedarfsorientierte und maßgeschneiderte Festlegung des institutionellen Rahmens.</li> <li>□ Kein Abstimmungsbedarf mit and. Zeichensystemen</li> <li>□ Internationale Pionierrolle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ <b>Nutzung der Akzeptanz der eingeführten Marke „Blauer Engel“.</b></li> <li>□ Nutzung bestehender Strukturen, Routinen und Mechanismen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ Keine Konflikte mit anderen Zeichensystemen.</li> <li>□ Offenheit für produktgruppenübergreifende (z.B. Blauer Engel) und für produktgruppenspezifische (z.B. FSC, ecotex) Zeichensysteme.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ <b>Vernetzung zwischen Zeichensystemen</b></li> <li>□ <b>Ermutigung gegenseitiges Lernens und Vertrauensbildung</b></li> <li>□ Kostengünstigkeit durch Verzicht auf Zertifizierung</li> </ul>
<b>Schwächen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ <b>Schwierige Positionierung eines neuen Zeichens.</b></li> <li>□ Unklare Marktakzeptanz und -resonanz.</li> <li>□ Beträchtliche Kosten von Systemaufbau &amp; betriebs</li> <li>□ Erhebliche Kosten für Einführung &amp; Verbreitung der neuen „Marke“.</li> <li>□ <b>Kurzfristige Erhöhung der Labelvielfalt und mögliche Überforderung der Verbraucher.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ <b>Kooperationsinteresse bestehender Zeichensysteme</b></li> <li>□ Anpassung bestehender Vergabegrundlagen</li> <li>□ Einbezug bisher noch nicht beteiligter Ministerien</li> <li>□ Notwendigkeit der interministeriellen Abstimmung.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ Möglicherweise geringe Marktsichtbarkeit</li> <li>□ <b>Gefahr der Zunahme der Informationsüberlastung der Verbraucher</b></li> <li>□ Abhängigkeit der Sichtbarkeit von Einschätzung des Mehrwerts durch andere Zeichensysteme.</li> <li>□ Risiko von Bumerangeffekten.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ <b>Ergebnisoffenheit selbstregulativer Prozesse.</b></li> <li>□ <b>Unverbindlichkeit.</b></li> <li>□ Notwendigkeit der Verdeutlichung des Mehrwerts für interessierte Zeichensysteme</li> </ul>



# Empfehlungen zum weiteren Fortgehen

Variante	Empfehlung	Hauptgründe für Empfehlung
V 1 – Neuentwicklung		<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Systemkosten (Aufbau, Betrieb &amp; Dissemination)</li><li>▪ Informationsüberlastung</li></ul>
V 2 – Entwicklung aus bestehenden Zeichensystemen		<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Institutionelles Setting und Eingriffsmöglichkeiten BMELV</li></ul>
V 3 – Formelle Gütekriterien		<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Möglicherweise „Beschädigung“ (Abwertung) Blauer Engel</li></ul>
V 4 – Informelle Gütekriterien		<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Möglichkeit der Internationalisierung</li><li>▪ Bündelung von Kompetenzen aus verschiedenen Zeichensystemen</li><li>▪ Diffusion bei verschiedenen Zeichensystemen</li></ul>



# Vielen Dank.

Dr. Gerd Scholl, Dr. Frieder Rubik  
IÖW – Institut für ökologische  
Wirtschaftsforschung, Berlin  
[gerd.scholl@ioew.de](mailto:gerd.scholl@ioew.de)

Dr. Jenny Teufel  
Öko-Institut e.V., Freiburg i.Br.  
[j.teufel@oeko.de](mailto:j.teufel@oeko.de)

26.01.2012