

» Startseite

» Aktuelles

» Untersuchungen

» Publikationen

» Über uns

» Team

» Kontakt

» Gutachter gesucht

Informationen zur Vergabe von Gutachten

Chancen und Kriterien eines Nachhaltigkeitssiegels für Verbraucher

Die Einreichungsfrist für Angebote ist abgelaufen.

Hintergrund

In weiten Teilen der Gesellschaft, in Politik, Wissenschaft und auch in der Wirtschaft hat sich überwiegend ein Modell bzw. Leitbild der »Nachhaltigkeit« etabliert, das drei Dimensionen (»Dreiecks-konzept«) unterscheidet – die ökologische, die ökonomische und die soziale Entwicklung –, die eng miteinander verbunden sind und sich gegenseitig beeinflussen. Ziel der Bemühungen um Nachhaltigkeit ist es, eine Balance zwischen diesen Dimensionen zu erhalten bzw.

herzustellen, letztlich um den Kollaps eines exponentiell wachsenden Systems aus Produktion und Konsum zu vermeiden, das Ökosystem Erde und das soziale Zusammenleben nicht zu gefährden und dennoch menschliche Entwicklung zu ermöglichen. Das Dreiecks-konzept hat – trotz vielfacher Kritik – auch deshalb große Bedeutung gewonnen, weil es nicht zuletzt von der Wirtschaft aufgegriffen wurde. Anhand dieses Modells kommunizieren viele Firmen auf Internetseiten, in Werbeanzeigen oder auch Nachhaltigkeitsberichten die Effekte, die ihre Produkte beispielsweise auf Umwelt und Gesundheit haben. Nachhaltigkeit ist zu einem Trend geworden. Der stetig ansteigende Umsatz an ökologisch bzw. nachhaltig erzeugten Waren wie auch die Ergebnisse von Umfragen zur Bereitschaft zum Kauf »nachhaltiger Produkte« verdeutlichen, dass viele Konsumenten prinzipiell gegenüber nachhaltig erzeugten Produkten und Dienstleistungen aufgeschlossen sind. Zugleich ist die Anzahl an sogenannten »Marken«, »Siegel« und »Zertifikaten« für Waren und Dienstleistungen fast jeglicher Art sehr stark angestiegen.

Diese Entwicklung wird von Verbraucherschützern nicht nur positiv bewertet. Zum einen wird es für Verbraucher immer schwieriger, sich in diesem »Label-Dickicht« zu orientieren. Problematisch ist zudem, dass die verschiedenen Siegel unterschiedliche Qualität und Reichweite aufweisen sowie auf zum Teil wenig kompatiblen Verfahren und Standards beruhen, um Nachhaltigkeit zu messen. Zertifikate werden nach unterschiedlich strengen Kriterien vergeben, mal von privaten Organisationen, mal von öffentlichen Trägern kontrolliert. So hat die »brandoscope GmbH« über 400 verschiedene (von unabhängigen Institutionen vergebene) Label registriert, die für Richtlinien in den für Nachhaltigkeit relevanten Bereichen Gesundheit, Umweltschutz, biologische Landwirtschaft, Tierschutz,

Kontakt

Dr. Christoph Revermann »

(Projektleitung)

revermann@tab-beim-bundestag.de

Tel.: +49 30 28491-109

**Büro für Technikfolgen-
Abschätzung beim Deutschen
Bundestag (TAB)**

Neue Schönhauser Str. 10
10178 Berlin

Tel.: +49 30 28491-0

Fax: +49 30 28491-119

Weitere Informationen

> [Hinweise für Gutachter](#) »

> [FormblattPDF \[0,04 MB\]](#)

Regionalität, CO₂-Reduktion bzw. Klimaneutralität, faire Arbeitsbedingungen, gesellschaftliche Verantwortung, Anti-Korruption und fairer Handel stehen. Gleichzeitig stellen die Komplexität der Wertschöpfungsketten sowie die Vielfalt von neu entwickelten Produkten, innovativen Herstellungsverfahren und Technologien besondere Herausforderungen für eine adäquate Verbraucherinformation dar. Auch ist das sogenannte »Greenwashing« mittlerweile ein weit verbreitetes Problem. Doch um informierte Konsumententscheidungen treffen zu können, müssen Konsumenten eindeutig, schnell und zuverlässig erkennen können, was tatsächlich in einem Produkt steckt oder sich hinter einer Dienstleistung verbirgt. Genau dies wünschen sich einer Umfrage des Verbraucherzentrale Bundesverbands (VZBV) zufolge über 80% der Konsumenten in Deutschland.

In diesem Kontext wird kontrovers diskutiert, ob ein übergreifendes Siegel, das alle Kriterien der Nachhaltigkeit (Ökologie, Ökonomie und soziale Ziele) berücksichtigt, Abhilfe schaffen könnte. Während dies einige Verbraucherschützer und Verbände wie der VZBV fordern – unter der Voraussetzung, dass internationale und glaubwürdige Standards, Vergabekriterien und Kontrollsysteme entwickelt werden –, sehen andere Organisationen und Experten diesen Vorschlag skeptischer. Sie halten den Weg zu einem verbindlichen Nachhaltigkeitssiegel für sehr beschwerlich, insbesondere deshalb, weil problematisch bzw. umstritten ist, was genau ein solches Siegel abzubilden hätte und welche Kriterien erfüllt sein müssten. Von Relevanz ist in diesem Zusammenhang u.a. der internationale ISO-Entwurf (14067) zur standardisierten Ermittlung des Klima- bzw. CO₂-»Fußabdrucks« von Produktionsweisen und Produkten im Laufe ihrer Wertschöpfungskette. Damit wird die Etablierung international verbindlicher Berechnungsmodelle angestrebt, die sowohl Unternehmen als auch Verbrauchern Informationen über die CO₂-Relevanz der Produktionsabläufe und Produkte bieten, um letztlich umweltbewusstere bzw. nachhaltigere Produktionsabläufe und Kaufentscheidungen erzielen zu können.

Auch auf parlamentarischer Ebene (Kleine Anfrage der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen vom 30.09.2011, BT-Drs. 17/7254) sowie regierungsseitig (Antwort der Bundesregierung vom 18.10.2011, BT-Drs. 17/7328) wird das Thema »Nachhaltigkeitssiegel« diskutiert. Zwar bekennt sich die Bundesregierung dazu, mithilfe einer staatlich unterstützten Produktkennzeichnung nachhaltige Produktions- und Konsummuster fördern zu wollen, sofern diese vielschichtige Produktinformationen bündeln und übersichtlich machen, aussagekräftig sind und von einer unabhängigen und fachlich kompetenten Stelle nach transparenten Kriterien vergeben und dokumentiert werden (staatlich unterstützt werden z.B. der »Blaue Engel«, das Umweltaudit-System »EMAS«, aber auch die Datenbank der Verbraucherinitiative www.label-online.de, in der über 400 Zeichen mit Umwelt- oder Sozialbezug gesammelt sind). Den Forderungen nach Einführung eines einzigen, (freiwilligen oder auch ggf. verordneten) übergreifenden staatlichen Nachhaltigkeitssiegels wird bislang jedoch zurückhaltend begegnet. Vielmehr werden noch zahlreiche Hindernisse und erheblicher Prüfbedarf konstatiert.

Vor diesem Hintergrund ist das TAB durch den zuständigen Ausschuss für Bildung, Forschung und Technikfolgenabschätzung des Deutschen Bundestages mit einem TA-Projekt zum Thema »Chancen und Kriterien eines Nachhaltigkeitssiegels für Verbraucher« beauftragt worden. Aufgabe des Projekts soll nicht sein, vor dem Hintergrund bestehender Vorschläge ein neues bzw. eigenes Konzept für ein Nachhaltigkeitssiegel zu erarbeiten. Vielmehr soll eine strukturierte Analyse und Darstellung der nationalen Diskussionslage und eine entsprechende Einordnung wichtiger vorliegender Konzepte und Vorschläge und somit letztlich eine fundierte Darstellung der Potenziale und Probleme für ein übergeordnetes Nachhaltigkeitssiegel (z.B. als sog. »Dachsiegel«) erfolgen. Zugleich sollen auch

die Ansätze in anderen EU-Staaten bzw. auf EU-Ebene zur Entwicklung bzw. Implementierung eines übergreifenden Nachhaltigkeitssiegels berücksichtigt werden, ebenso wie aktuelle Bestrebungen, z.B. das EU-Umweltzeichen weiter zu entwickeln.

[▲ Zum Seitenanfang](#)

Leistungsbeschreibung zu vergebender Gutachten

Im Kontext des TAB-Projekts sollen zu verschiedenen Themenfeldern Gutachten in Auftrag gegeben werden. Die nachfolgenden Hinweise stellen die inhaltlichen Schwerpunkte für die Erstellung von Gutachtenangeboten dar. Eine mögliche Erweiterung oder Anpassung der Untersuchungsaspekte kann ggf. zwischen TAB und potenziellen Auftragnehmern im Rahmen einer Angebotserstellung bzw. vor der Gutachtenvergabe konkretisiert werden. Die Bearbeitung mehrerer Themen durch einen Anbieter ist ebenfalls möglich.

Es sollen Gutachten zu folgenden Themenfeldern vergeben werden:

Themenfeld 1: »Indikatoren und Kriterien eines allgemeinen Nachhaltigkeitssiegels«

In bisherigen Studien zum Thema Nachhaltigkeitssiegel wird zumeist konstatiert, dass die bislang verwendeten verschiedenen Produktkennzeichen bzw. Verbraucherlabel die relevanten Nachhaltigkeitsaspekte in ihrer Mehrdimensionalität zumeist nur eingeschränkt abbilden. Dies verweist u.a. auf die grundsätzliche Schwierigkeit, sowohl produktübergreifend als auch produktspezifisch Kriterien und Indikatoren zu identifizieren und zu bestimmen, die unter Nachhaltigkeitsaspekten relevant und zugleich für eine Kennzeichnung operationalisierbar sind. Vor diesem Hintergrund kristallisiert sich die Frage nach relevanten Bestimmungskriterien und mess- sowie prüfbareren Indikatoren für ein umfassendes Nachhaltigkeitssiegel, das Konsumenten konsistent und transparent informieren soll, als zentrales Problem heraus und soll im Rahmen dieses Gutachtens umfassend analysiert und beschrieben werden. Als eine wichtige Referenz kann die Studie von IÖW/Öko-Institut (Ende 2009) angesehen werden, in der auf Basis einer Analyse bestehender Kennzeichen verschiedene Lösungsansätze diskutiert wurden.

a). Generell soll das Gutachten auf Basis einer Berücksichtigung und/oder Evaluation aktueller Bestrebungen und Erfahrungen, die bei der Weiterentwicklung bestehender Verbraucherlabel in Richtung Nachhaltigkeit (z.B. »Blauer Engel«, »Biosiegel«, diverse Regionalsiegel) gemacht werden, die Herausforderungen für ein konsistentes Nachhaltigkeitssiegel für heterogene Produkte bzw. Produktkategorien (z.B. Lebensmittel, Kleidung, Elektronik), aber auch Dienstleistungen (z.B. Gastronomie/Tourismus, Reisen/Transport, Finanzprodukte) identifizieren, analysieren und systematisch aufbereiten sowie mögliche Anwendungs- bzw. Lösungswege aufzeigen, diskutieren und in Handlungsoptionen/Szenarien überführen. Auch sind die Ansätze zur Entwicklung und Implementierung eines umfassenden Nachhaltigkeitssiegels in anderen Ländern (z.B. Österreich, Frankreich) oder der EU (z.B. Ausbau des EU-Umweltzeichens) sowie internationale Standardisierungsversuche wie der ISO-Entwurf (14067) zur Ermittlung des CO₂-Fußabdrucks zu berücksichtigen.

Mindestens folgende Aspekte sollen dabei beachtet bzw. bearbeitet werden:

➤ Welche dienstleistungs-, produkt- und unternehmensübergreifenden

Nachhaltigkeitskriterien sind realistisch zu operationalisieren, regelmäßig zu kontrollieren und von (besonderer) Attraktivität und Relevanz?

- Welche (ökologischen und sozialen) Kernkriterien (z.B. in Anlehnung an die EU-Verordnung zum Umweltaudit) müssen mindestens berücksichtigt werden, um Produkte, Produktionsprozesse und Dienstleistungen als nachhaltig kennzeichnen zu können?
- Welche weiteren (indirekten) produkt- bzw. auch dienstleistungsbezogenen Anforderungen an ein Nachhaltigkeitssiegel (Lebenszyklusaspekte, mehrdimensionale Vergabeanforderungen etc.) sind von Relevanz?
- Welche prozeduralen Anforderungen an ein Nachhaltigkeitssiegel (Orientierung an div. ISO, Transparenz und Verfahrensregeln, Festlegung und Zugänglichkeit von Vergabeanforderungen, Unabhängigkeit von Siegelgeber und Siegelnehmer, unabhängige Überprüfung etc.) müssen beachtet werden?
- Welche Wertschöpfungsketten können/müssen für Monoprodukte und für zusammengesetzte Produkte (Halb- und Fertigwaren) berücksichtigt werden?
- Welche Bedeutung (z.B. Steuerungseffekte bewirkende) haben Teilzertifizierungen bei komplexen Wertschöpfungsketten, die aus ökologischer oder sozialer Sicht problematische Güter (bzw. Rohstoffe) verarbeiten?
- Welchen (zusätzlichen) Einfluss auf die Kriteriengestaltung für als nachhaltig gekennzeichnete Produkte und Dienstleistungen haben neben der Betrachtung der Produktionstiefe und des jeweiligen Rohstoffanteils auch produktspezifische bzw. in der Natur des Produkts liegende Faktoren?

b). Ein weiterer Bestandteil des Gutachtens soll die Identifizierung von relevanten Akteuren und Institutionen sein, die für die Erarbeitung, Umsetzung und Kontrolle eines übergreifenden Nachhaltigkeitssiegels infrage kämen. Es soll der Frage nachgegangen werden, inwieweit der Staat die mit einem Nachhaltigkeitssiegel verbundenen Informationen bezüglich der Evidenz und Kriterienerfüllung (auch im Hinblick auf Wertschöpfungsketten) in ökologischer, ökonomischer und sozialer Hinsicht tatsächlich garantieren und kontinuierlich kontrollieren (lassen) könnte. In diesem Zusammenhang sollte neben der gebotenen Eingriffstiefe eines möglichen Nachhaltigkeitssiegels auch der damit verbundene Verwaltungsaufwand (bzw. die damit verbundenen Kosten) vor Einführung eines solchen Siegels wie auch der Verwaltungsaufwand bzw. die laufenden Kosten für Kontrollen der Kriterieneinhaltung abgeschätzt werden.

c). Zudem soll eine Analyse des nationalen Forschungsstandes bzw. Forschungsbedarfs hinsichtlich der Entwicklung bzw. Implementierung eines Nachhaltigkeitssiegels erfolgen.

Für die Erstellung des Gutachtens ist von einem Arbeitsaufwand von ca. 3-5 Personenmonaten auszugehen.

[▲ Zum Seitenanfang](#)

Themenfeld 2: »Rechtliche Rahmenbedingungen eines allgemeinen Nachhaltigkeitssiegels«

Grundsätzlich unterliegen Kennzeichnungen von Produkten diversen nationalen und internationalen Normen und Regulierungen, die obligatorisch oder fakultativ ausgestaltet sein können. Im Falle der fakultativen Kennzeichnung sind seitens des Verwenders die allgemeinen und den rechtlichen Rahmen vorgebenden nationalen (und für EU-Mitgliedsländer die gemeinschaftsrechtlichen) Bestimmungen zu beachten. So geben in Deutschland das Gesetz über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen (MarkenG), das Gesetz gegen den Unlauteren Wettbewerb (UWG) sowie das Lebensmittel-, Bedarfsgegenstände- und Futtermittelgesetzbuch

(LFGB) den obligatorischen rechtlichen Rahmen vor, innerhalb dessen beispielsweise die Angaben für Lebensmittelprodukte geregelt werden. Die Gesetze zielen dabei vorwiegend auf den Schutz der Lauterkeit des Handelsverkehrs sowie auf den Schutz vor Irreführung bei der Verwendung von Herkunftsaussagen.

Der Bereich der heute gebräuchlichen fakultativen Label bzw. Gütesiegel – wie es auch ein Nachhaltigkeitssiegel darstellen würde – scheint aber ganz offensichtlich bis dato (wettbewerbsrechtlich bzw. insgesamt) nur mangelhaft reguliert zu sein, da zumeist nicht klar ist, auf Grundlage welcher genauen und nachprüfbarer Kriterien sie vergeben wurden. Einer Untersuchung der Verbraucher-Kommission Baden-Württemberg aus dem Jahr 2011 zufolge dienen die meisten bislang verwendeten Label nicht unbedingt der weiterführenden Information der Konsumenten, sondern in erster Linie als Wettbewerbsvorteil verschaffendes Marketinginstrument der Anbieter. Daraus wird die Forderung nach einer gesetzlichen Regulierung (z.B. »Vertrauenslabelgesetz«) abgeleitet, die die notwendige Transparenz im Hinblick auf ein Gütesiegel sicherstellen und in hinreichender Weise dafür sorgen soll, dass die durch das Label gemachten Aussagen auch tatsächlich eingehalten werden. Auch die Bundesregierung betont Ende 2011 die Bedeutung dieser Aspekte und weist darauf hin (BT-Drs. 17/7328), ein Gutachten zur »rechtlichen Zulässigkeit einer bundesrechtlichen Verankerung von Standards für freiwillige Umweltkennzeichen« in Auftrag gegeben zu haben.

Vor diesem Hintergrund soll das zu erstellende Gutachten – aus einer EU-weiten vergleichenden Perspektive – den geltenden nationalen und EU-Rechtsrahmen (Wettbewerbsrecht, Lebensmittelrecht etc.) im Hinblick auf die notwendigen Anforderungen und Kriterien für eine mögliche Etablierung eines umfassenden Nachhaltigkeitssiegels analysieren sowie ggf. die Notwendigkeit neuer Rechtsetzungen oder -konkretisierungen auf nationaler und EU-Ebene aufzeigen.

Insbesondere sollen folgende Fragestellungen geprüft bzw. bearbeitet werden:

- Welche nationalen und EU-Regelungen kommen bei Produktkennzeichnungen derzeit zum Tragen? Inwieweit sind sie ausreichend, um Intransparenz und Missbrauch im Bereich der Gütesiegel zu verhindern?
- Sind die (nationalen/europäischen) rechtlichen Grundlagen für die Etablierung und Anwendung eines umfassenden Nachhaltigkeitssiegels gegeben? Welche Ansatzpunkte für eine ggf. notwendige Weiterentwicklung des bestehenden Rechts sind zu identifizieren? Inwieweit wäre dabei übergeordnetes EU-Recht zu berücksichtigen?
- Wie können (ggf. staatliche) Sanktionen bei Verstößen gegen die Kriterien umgesetzt werden (z.B. geprüfte Einhaltung des Verbraucherrechts, Verbandsklagen etc.)?
- Was wären die rechtlichen Implikationen eines von staatlicher Seite (mindestens für Produktsicherheit und Qualität) garantierten Nachhaltigkeitssiegels? Welche gesetzlichen Vorgaben/Regulierungsmaßnahmen sind ggf. notwendig? Was wären im Gegensatz dazu die Implikationen eines sogenannten Vertrauenslabelgesetzes, wie es von der Verbraucherkommission Baden-Württemberg gefordert wird?

Für die Erstellung des Gutachtens ist von einem Arbeitsaufwand von ca. 2-4 Personenmonaten auszugehen.

[▲ Zum Seitenanfang](#)

Die Zielgruppen eines Nachhaltigkeitssiegels sind zum einen die Anbieter (Erzeuger, Verarbeiter, Handel und Dienstleister), und zum anderen die Konsumenten. Marktanalysen zeigen jedoch, dass die »Marktwirkung« der Produkte eines spezifischen »Labellings« – wie z.B. regionaler Gütesiegel oder Biosiegel – aufgrund fehlender belastbarer Marktforschungsergebnisse (insbesondere die Anbieterseite betreffend) bislang nur in Ansätzen abgeschätzt werden können. Vorliegende Verbraucherbefragungen beleuchten fast ausschließlich die Nachfrageseite – was u.a. für die Abschätzung von Trends sehr hilfreich sein, aber auch zu maßlosen Überschätzungen im Hinblick auf das Absatzpotenzial von Produkten und Dienstleistungen mit einem spezifischen Label führen kann. In diesem Kontext können einschlägige Studien auch die disparaten Informationsbedürfnisse und Fähigkeiten zur Verarbeitung von Verbraucherinformationen auf Seiten der Konsumenten belegen.

Unter der Annahme, dass die Erfolgchancen eines möglichen Nachhaltigkeitssiegels im Sinne der Entfaltung einer Marktwirkung von verschiedenen Faktoren abhängen (u.a. Glaubwürdigkeit und Transparenz für Verbraucher wie auch qualitative Produktverbesserungen), soll das zu erstellende Gutachten eine grobe Analyse der »Marktwirkung« eines umfassenden Nachhaltigkeitssiegels vornehmen. Dabei sollen u.a. folgende Aspekte bzw. Fragen im Vordergrund stehen:

- › Welche generellen Informationsbedürfnisse haben Konsumenten in Bezug auf nachhaltige Produkte oder Dienstleistungen? Inwieweit sind diese (allgemeinen oder produktspezifischen) Informationsbedürfnisse konsistent durch ein (ggf. mehrere) Nachhaltigkeitssiegel zu bedienen?
- › Welche Erwartungen an ein Nachhaltigkeitssiegel bzw. Vorstellungen von Nachhaltigkeit haben die Verbraucher? Welche Erwartungen haben die Anbieter bzw. Dienstleister?
- › Welche Ziele/Zielerreichung sollte ein Nachhaltigkeitssiegel sowohl auf Verbraucherseite (z.B. Erkennbarkeit/Markttransparenz) als auch auf Anbieterseite (qualitative Produktverbesserung etc.) mindestens verfolgen?

Da eigenständige Marktforschungen in der Kürze der Zeit im Rahmen des Gutachtens keinesfalls vollzogen werden können, sind eher grundsätzliche bzw. theoretische Überlegungen zu den Eckpunkten der »Marktwirkung« eines Nachhaltigkeitssiegels anzustellen, die jedoch auf einer Auswertung der vorliegenden Fachliteratur und Fachstatistik fußen sollten. Die Identifizierung bzw. Diskussion und Interpretation belastbarer Forschungsergebnisse (sofern vorhanden) zur Frage des Absatzpotenzials für Produkte und Dienstleistungen mit einem Nachhaltigkeitssiegel ist erwünscht, ebenso die Identifizierung notwendigen Forschungsbedarfs im Hinblick auf die Akzeptanz eines Nachhaltigkeitssiegels bei Anbietern wie bei Konsumenten. Das Gutachten soll ebenso diskutieren, wie ein Nachhaltigkeitssiegel im Marktgeschehen sichtbar (erfolgreich) werden kann; ggf. können Szenarien erstellt werden.

Für die Erstellung des Gutachtens ist von einem Arbeitsaufwand von ca. 2-4 Personenmonaten auszugehen.

Termine

- › Abgabetermin für Angebote ist der **4. Juli 2012**.
- › Mit der Bearbeitung der Gutachten soll voraussichtlich am **1. September 2012** (frühestens) begonnen werden.
- › Die Gutachten sind bis zum **15. Januar 2013** (spätestens) abzuschließen.

Hinweise zur Angebotserstellung

Bei der Erarbeitung der Angebote sind die »Hinweise für Gutachter« zu beachten. Insbesondere muss die Kompetenz der Anbietenden aus den Angeboten hervorgehen, und es müssen die beabsichtigte Vorgehensweise und der erforderliche Bearbeitungsaufwand verdeutlicht werden.

Nach unseren Erfahrungen müssen die eingehenden Angebote oft inhaltlich wie kalkulatorisch noch modifiziert werden. Senden Sie uns deshalb zunächst möglichst frühzeitig eine elektronische Version Ihres vollständigen Angebots zusammen mit dem  [FormblattPDF \[0,04 MB\]](#) (s.a. [Hinweise für Gutachter](#) ») an unsere E-Mail-Adresse  buero@tab-beim-bundestag.de. Sollten wir Ihr Angebot nach Prüfung durch uns in die engere Wahl ziehen und dem Deutschen Bundestag zur Vergabe vorschlagen wollen, werden wir Sie um die Zusendung eines unterschriebenen Originalangebots an das TAB bitten (Neue Schönhauser Straße 10, 10178 Berlin).

[▲ Zum Seitenanfang](#)



Erstellt: 05.06.2012 Aktualisiert: 29.04.2019

Sie sind hier: [» Startseite](#) [» Gutachter gesucht](#)