Fraunhofer ACADEMY

BARBARA MITTERMEIER

ENTWICKLUNG VON KRITERIEN FÜR EINE ÖKOLOGISCHE PRODUKTBEWERTUNG AM BEISPIEL VON ÖKOLOGISCHEN BAUSTOFFEN

Schriftenreihe
Umweltwissenschaften

Partneruniversität

FernUniversität in Hagen

FRAUNHOFER VERLAG

VORWORT

Erfolgreiche Lösungsstrategien im Bereich des Umweltschutzes setzen den koordinierten Einsatz gesellschaftlicher und technologischer Maßnahmen und die Integration der ökologischen, ökonomischen und sozialen Aspekte von Nachhaltigkeit voraus. Das Interdisziplinäre Fernstudium Umweltwissenschaften (infernum) bündelt die dafür notwendigen umweltwissenschaftlichen Kompetenzen und vermittelt das hierzu notwendige disziplinenübergreifende Wissen. Unter dem Dach der Fraunhofer Academy wird der Studiengang gemeinsam angeboten und getragen vom Fraunhofer-Institut für Umwelt-, Sicherheits- und Energietechnik UMSICHT in Oberhausen und der FernUniversität in Hagen.

In der vorliegenden Schriftenreihe werden die herausragenden Masterarbeiten eines infernum-Abschlussjahrgangs veröffentlicht. Durch die Publikationen möchten wir Sie an der Vielfalt und Qualität der Studienergebnisse unserer Studierenden teilhaben lassen. Die Arbeiten, die interdisziplinär ausgerichtet sind, haben verschiedenste umweltwissenschaftliche Fragestellungen zum Gegenstand.

Wir hoffen, dass die ausgezeichneten und in dieser Reihe publizierten Masterarbeiten die wissenschaftliche Diskussion über das Konzept der Nachhaltigkeit bereichern werden und den Blick für die Komplexität umweltwissenschaftlicher Fragestellungen weiter schärfen helfen. Unser besonderer Dank gilt den Autorinnen und Autoren für ihre engagierten Abschlussarbeiten und die ergiebigen Diskussionen während ihres Studiums.

Fraunhofer UMSICHT

FernUniversität in Hagen

Fraunhofer Academy

Entwicklung von Kriterien für eine ökologische Produktbewertung am Beispiel von ökologischen Baustoffen

von Barbara Mittermeier

FRAUNHOFER VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.d-nb.de abrufbar.
ISBN (Print): 978-3-8396-1406-8

Umschlaggestaltung: Vierthaler & Braun, Visuelle Kommunikation, München
Titelbild: © Barbara Mittermeier

Druck: Mediendienstleistungen des
Fraunhofer-Informationszentrum Raum und Bau IRB, Stuttgart

Für den Druck des Buches wurde chlor- und säurefreies Papier verwendet.

© by FRAUNHOFER VERLAG, 2018
Fraunhofer-Informationszentrum Raum und Bau IRB
Postfach 80 04 69, 70504 Stuttgart
Nobelstraße 12, 70569 Stuttgart
Telefon 07 11 9 70-25 00
Telefax 07 11 9 70-25 08
E-Mail verlag@fraunhofer.de
URL http://verlag.fraunhofer.de

Alle Rechte vorbehalten

Dieses Werk ist einschließlich aller seiner Teile urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die über die engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes hinausgeht, ist ohne schriftliche Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen sowie die Speicherung in elektronischen Systemen.
Die Wiedergabe von Warenbezeichnungen und Handelsnamen in diesem Buch berechtigt nicht zu der Annahme, dass solche Bezeichnungen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und deshalb von jedermann benutzt werden dürften. Soweit in diesem Werk direkt oder indirekt auf Gesetze, Vorschriften oder Richtlinien (z.B. DIN, VDI) Bezug genommen oder aus ihnen zitiert worden ist, kann der Verlag keine Gewähr für Richtigkeit, Vollständigkeit oder Aktualität übernehmen.

infernum – Interdisziplinäres Fernstudium Umweltwissenschaften

Masterarbeit **Entwicklung von Kriterien für eine ökologische Produktbewertung am Beispiel von ökologischen Baustoffen**

Betreuer Dr. Holger Petersen und Ulrich Steinmeyer
Stand 08.05.2017

Verfasserin Barbara Mittermeier

Inhaltsverzeichnis

1.	Problemstellung, Kernfrage und Zielsetzung, Methodik	7
1.1.	Problemstellung	7
1.2.	Kernfrage und Zielsetzung	9
1.3.	Abgrenzung der Fragestellungen – Nicht-Ziele	10
1.4.	Methodisches Vorgehen	10
2.	Definition der Bedürfnisse der Beteiligten und der Metakriterien	12
2.1.	Bedürfnisse des Endkunden	12
2.2.	Bedürfnisse des Herstellers	14
2.3.	Bedürfnisse der Händler	17
2.4.	Bedürfnisse des Labelinhabers – Zielsetzung und Strategie	18
2.4.1.	Strategische Zielsetzungen	18
2.4.2.	Finanzielle Interessen bei der Umsetzung	20
2.4.3.	Positionierung zu bestehenden Labels	21
2.5.	Metakriterien zur Neueinführung eines Labels	22
2.5.1.	Mindestvoraussetzungen	24
2.5.1.1.	A) Praktikabilität	24
2.5.1.2.	B) Attraktivität	28
2.5.1.3.	C) Inhalte	28
2.5.2.	Grundlegende ökologische Bewertungskriterien	30
2.5.3.	Abgrenzung gegenüber weiteren Kriterien	32
2.5.4.	Arten der Kennzeichnung und der Kriteriengewichtung	33
2.5.5.	Art der Auskunftserhebung unter Berücksichtigung der Vereinfachung	34
2.5.6.	Fortschreibung der Vergabekriterien	37
2.5.7.	Berücksichtigung von evtl. nachteiligen Aspekten von Umweltlabels	37
3.	ÖkoPlus: Definition der Bedürfnisse der Beteiligten und der Metakriterien	39
3.1.	ÖkoPlus: Bedürfnisse des Endkunden	39

3.2.	ÖkoPlus: Bedürfnisse des Herstellers	41
3.3.	ÖkoPlus: Bedürfnisse der Händler	42
3.4.	ÖkoPlus: Bedürfnisse des Labelinhabers – Zielsetzung und Strategie	42
3.4.1.	Strategische Zielsetzung	42
3.4.2.	Finanzielle Interessen	44
3.4.3.	Positionierung zu bestehenden Umweltzeichen	45
3.5.	ÖkoPlus: Metakriterien zur Neueinführung eines Labels	48
3.5.1.	Mindestvoraussetzungen	48
3.5.1.1.	A) Praktikabilität	48
3.5.1.2.	B) Attraktivität	49
3.5.1.3.	C) Inhalte	50
3.5.2.	Grundlegende Bewertungskriterien	51
3.5.3.	Abgrenzung gegenüber weiteren Kriterien	54
3.5.4.	Arten der Kennzeichnung und der Kriteriengewichtung	55
3.5.5.	Art der Auskunftserhebung unter Berücksichtigung der Vereinfachung	55
3.5.6.	Fortschreibung der Vergabekriterien	56
3.5.7.	Berücksichtigung von evtl. nachteiligen Aspekten von Umweltlabels für Bauprodukte	57
4.	Entwicklung des Prozesses für die Definition der Bewertungskriterien und der Zertifizierung	58
4.1.	Projektorganisation des Labelinhabers	58
4.2.	Grundsätzlicher Entwicklungsprozess	60
4.2.1.	Grundlagen	61
4.2.2.	Konsultationen	61
4.2.3.	Machbarkeitsstudie	62
4.2.4.	Kriterienentwicklung	62
4.3.	Vereinfachungsmöglichkeiten und Einsparpotentiale	64
4.3.1.	Vereinfachungsmöglichkeiten im Prozess der Kriterienentwicklung	64

4.3.2. Vereinfachungsmöglichkeiten bei der Zertifizierung und den anschließenden Kontrollen und Dokumentationen 66
4.3.2.1. Vereinfachungsmöglichkeiten: Phase 1 – Grundlagen 66
4.3.2.2. Vereinfachungsmöglichkeiten: Phase 3 – Machbarkeitsstudie 67
4.3.2.3. Vereinfachungsmöglichkeiten: Phase 4 – Kriterienentwicklung 68
4.3.2.4. Vereinfachungsmöglichkeiten: Phase 5 – Abwägung und Definition 69
4.4. Juristische Aspekte 70
5. ÖkoPlus: Entwicklung des Prozesses für die Definition der Bewertungskriterien 72
5.1. ÖkoPlus: Projektorganisation 73
5.2. ÖkoPlus: Grundsätzlicher Entwicklungsprozess 73
5.2.1. ÖkoPlus: Grundlagen 74
5.2.2. ÖkoPlus: Konsultationen 75
5.2.3. ÖkoPlus: Machbarkeitsstudie 75
5.2.4. ÖkoPlus: Kriterienentwicklung 76
5.3. ÖkoPlus: Vereinfachungsmöglichkeiten und Einsparpotentiale 79
5.3.1. ÖkoPlus – Vereinfachungsmöglichkeiten im Prozess der Kriterienentwicklung 79
5.3.2. ÖkoPlus – Vereinfachungsmöglichkeiten bei der Zertifizierung und den anschließenden Kontrollen und Dokumentationen 79
5.3.2.1. ÖkoPlus Vereinfachungsmöglichkeiten: Phase 1 – Grundlagen 79
5.3.2.2. ÖkoPlus Vereinfachungsmöglichkeiten: Phase 3 – Machbarkeitsstudie 80
5.3.2.3. ÖkoPlus Vereinfachungsmöglichkeiten: Phase 4 – Kriterienentwicklung 80
5.4. ÖkoPlus: Juristische Aspekte 83
6. Fazit 84
6.1. Fazit allgemein 84
6.1.1. Kooperationen 84
6.1.2. Risikobasierte Audits 85
6.1.3. Rolle des Staates – niederschwellige Angebote 85

6.1.4. Weitere Hilfestellungen – Weiterentwicklungen 85

6.2. Fazit ÖkoPlus 86

6.2.1. Marktlage günstig für Kooperation und Mehrstufigkeit 86

6.2.2. Rolle des Staates – Ressourcenwende – Ausblick 87

6.2.3. Förderung der gesellschaftlichen Wahrnehmung – neue Medien 87

7. Literatur 89

8. Anhang 97

8.1. Anhang Mail-Schriftverkehr 97

8.1.1. Anhang Mail-Schriftverkehr Demeter e.V. 97

8.1.2. Anhang Mail-Schriftverkehr CERES 99

8.2. Anhang Tabelle 2 in DIN A3 99

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1 Mindestvoraussetzungen mit Wechselwirkungen (eigene Darstellung); 24

Abb. 2 Wechselwirkungen der zu berücksichtigenden Kategorien bei den Mindestvoraussetzungen (eigene Darstellung) 30

Abb. 3 Projektstruktur für den Prozess der Definition der Bewertungskriterien und der Zertifizierung (eigene Darstellung) 58

Abb. 4 Projektorganigramm für den Prozess der Definition der Bewertungskriterien und der Zertifizierung (eigene Darstellung) 59

Abb. 5 Schematischer Ablauf – Entwicklung eines Umweltzeichens in Anlehnung an DIN 14024 (eigene Darstellung) 60

Abb. 6 Erweiterung des Schematischen Ablaufs um die Ermittlung von Einsparpotentialen und deren kritische Abwägung (eigene Darstellung) 65

Abb. 7 Berücksichtigung der Aussagesicherheit bei der Ergebnisbewertung, Darstellung nach Berger / Finkbeiner 70

Abb. 8 ÖkoPlus: Projektstruktur für den Prozess der Definition der Bewertungskriterien und der Zertifizierung (eigene Darstellung) 73

Abb. 9 ÖkoPlus: Schematischer Ablauf – Entwicklung eines Umweltzeichens in Anlehnung an DIN 14024 74

Tabellenverzeichnis

Tab. 1 Kostenanteil der Konformitätsbewertungen in ausgewählten Märkten (Schätzwerte) nach Löw 25

Tab. 2 Kosten von ausgewählten Umweltlabels für Bauprodukte (zitiert nach natureplus e.V., 2015, sowie Angaben auf den jeweiligen Internet-Seiten der Labels) 99

Entwicklung von Kriterien für eine ökologische Produktbewertung am Beispiel von ökologischen Baustoffen

1. Problemstellung, Kernfrage und Zielsetzung, Methodik

1.1. Problemstellung

Das Problem ist aus unterschiedlichen Wirtschaftszweigen bekannt: Zertifizierungen für Ökoprodukte werden von kleineren Herstellern als zu teuer und zu zeitaufwendig erachtet und unter Angabe dieser Gründe nicht durchgeführt, obwohl die Kriterien überwiegend oder vollständig erfüllt werden könnten.

In diesem Falle bleiben dem Kunden[1] zwei Möglichkeiten:

a) Er vertraut dem Produzenten und kauft das Produkt trotzdem. Diese Variante geht zu Lasten des Verbrauchers, da er keine Sicherheit bezüglich der Qualität haben kann.
b) Er kauft das Produkt nicht und wählt eines mit Zertifikat. Diese Möglichkeit geht zu Lasten des Herstellers. Neue oder kleine Produzenten mit ihren eigentlich höherwertigen Produkten können somit auf dem Markt keinen Wettbewerbsvorteil für sich erzielen.

Aus wirtschaftstheoretischer Sicht weist dieses Dilemma unterschiedliche Aspekte auf. Zum einen bietet die Informationsökonomie die Einteilung von Produkteigenschaften in die drei Kategorien[2] Sucheigenschaften (können beim Kauf überprüft werden), Erfahrungseigenschaften (können nach dem Kauf überprüft werden) und Vertrauenseigenschaften (können auch nach dem Kauf nicht überprüft werden). Ökologische Eigenschaften gehören meist zur letzten Kategorie.[3] Die Informationen über ökologische Sachverhalte sind durch Komplexität und Dynamik gekennzeichnet, für deren Beurteilung es in aller Regel eines hohen Grades an Expertenwissen bedarf.[4] Selbst unter Fachleuten bestehen dabei oft Meinungsverschiedenheiten bezüglich der Umweltwirkungen einzelner Eigenschaften, sodass es für einen Laien in Teilbereichen unmöglich ist, sich diesbezügliche Informationen eigenständig zu beschaffen. Damit

[1] In dieser Arbeit wird bei allgemeinen Personenbezügen auf die Aufzählung beider Geschlechter um der besseren Lesbarkeit willen verzichtet. Es sind jedoch selbstverständlich generell immer alle Geschlechter gemeint.
[2] vgl. Darby, M.R./ Karni, E., 1973, S. 69ff
[3] vgl. Nelson, P., 1974, S. 729ff
[4] vgl. Hansen, U. 1995, S. 411

besteht in der vorgenannten Variante a) eine für den Käufer nachteilige Informations-asymmetrie.

Zum anderen zeigt Variante b), dass diese Informationsasymmetrie für jene Hersteller nachteilig sein kann, die die zugesagten Produktqualitäten tatsächlich nachweisen könnten, aber nicht zertifiziert sind. Sie verlieren dadurch unter Umständen Kunden, welche die Produkte – auch zu einem höheren Preis – kaufen würden, wenn sie die angebotene Qualität sicher beurteilen könnten. Dagegen erlaubt diese Asymmetrie Trittbettfahrern, Waren mit minderer Qualität zu einem geringeren Preis abzusetzen. Das Preisniveau sinkt insgesamt. Das wird langfristig zu einer adversen Selektion[5] führen, die Anbieter von hochwertigen Produkten können sich nicht am Markt halten.

Für den Verbraucher stellen deshalb Labels und Zertifizierungen oft die einzige praktikable Orientierungshilfe dar, wenn er sicher gehen will, dass die Produkte auch bestimmten ökologischen Anforderungen entsprechen.
Dabei reduzieren Öko-Labels[6] viele Informationen zu einer einzigen – nämlich ob das Produkt mit dem Label ausgezeichnet ist oder nicht – und entlasten damit den Verbraucher von der sonst notwendigen eigenen Informationseinholung. In der oben angeführten informationsökonomischen Betrachtung kann ein glaubwürdiges Label also helfen, die Eigenschaften von ökologischen Produkten von Vertrauens- zu Sucheigenschaften zu transformieren. Allerdings steigt damit auch die Abhängigkeit des Verbrauchers von Expertenwissen.[7]

Eine fehlende Zertifizierung trotz theoretisch möglicher Erfüllung der Anforderungen wird von den Herstellern oft mit einem hohen zeitlichen und finanziellen Aufwand begründet. Dies ist vor allem bei kleinen Produzenten bestimmter Branchen tatsächlich mehr als nur ein Vorwand und stellt vor allem für Firmen, die sich mit Innovationen neu am Markt etablieren müssen, ein relevantes Problem dar.

Da beide oben dargestellten Varianten unzufriedenstellend sind, soll die Möglichkeit eines Mittelwegs für eine ökologische Bewertung untersucht werden. Dabei besteht die Schwierigkeit, die Bestandteile einer vollumfänglichen Zertifizierung zu ermitteln,

[5] vgl. Rubik, Fr./ Weskamp, C., 1996, S. 11
[6] Die Begriffe Öko-Label, Umweltlabel, Umweltzeichen oder ökologische Produktkennzeichen werden in dieser Arbeit bedeutungsgleich verwendet.
[7] vgl. Hansen, U. 1995, S. 412ff

auf die bei einer solch reduzierten Bewertung verzichtet werden könnte, ohne sich dabei dem Vorwurf des greenwashings auszusetzen. Es sollte nicht bedeuten, dass die Kriterien grundsätzlich milder formuliert werden. Vielmehr wäre es das Ziel, den Zertifizierungsprozess zu vereinfachen, z. B. in dem man sich auf weniger Kriterien fokussiert oder Überprüfungen weniger aufwändig gestaltet.

Diese Problemstellung wird in der vorliegenden Arbeit anhand des Zertifikats des Fachhandelsverbands für Naturbaustoffe „ÖkoPlus" beispielhaft untersucht. In das Sortiment von ÖkoPlus-Baustoffmärkten werden derzeit Produkte aufgenommen, die bei einer Bewertung anhand eines Kriterienkatalogs eine bestimmte Punktzahl erreichen. Aufgrund der seit der Entstehungszeit dieses Bewertungssystems (Ende der 1990er Jahre) sich immer mehr differenzierenden Betrachtung von Ökoprodukten und nachhaltigem Bauen steht eine Überarbeitung des Bewertungssystems an, und damit einhergehend die Frage nach Strategie und Positionierung des neu zu definierenden Labels.
Interessant macht diese Produktkategorie zudem, dass trotz der in anderen Produktbereichen bereits schon häufig negativ diskutierten Labelvielfalt (siehe auch 2.5.7 / 3.5.7) bei vielen Umweltzeichen und Verbraucherschutzorganisationen (z. B. ecotopten) bislang für Baustoffe oft noch gar keine Kategorien existieren.[8] Neben einigen wenigen anspruchsvollen und ganzheitlichen Labels gibt es eine größere Zahl an spezifischen bzw. produktspezifischen Zertifikaten.

1.2. Kernfrage und Zielsetzung

Die Kernfrage, um diese Problematik zu untersuchen, lautet:
Wie kann ein Bewertungssystem entwickelt werden, das zum einen den Bedürfnissen des Endkunden von ökologischen Produkten und zum anderen den Anforderungen von Herstellern und Händlern gerecht werden soll?
Für die Beantwortung der Kernfrage bedarf es einer Abwägung zwischen einer für den Kunden noch vertretbaren Unschärfe in der Beurteilung und einem zu ermittelnden zumutbaren Zertifizierungsaufwand für den Hersteller, mit einem Ergebnis, das den Händlern Sicherheit bei ihrer Produktauswahl bietet.
In dieser Arbeit sollen ein möglicher Prozess und die Rahmenbedingungen für die Entwicklung eines solchen Labels und dessen Bewertungskriterien dargestellt und entworfen werden.

[8] vgl. Haubach, Chr. et al, 2013

1.3. Abgrenzung der Fragestellungen – Nicht-Ziele

Folgende Aspekte werden als Nicht-Ziele der vorliegenden Arbeit definiert:

a) Bei den betrachteten Produkten handelt es sich um Handelswaren, es werden also keine Dienstleistungsprodukte (z. B. ökologische Geldanlagen) betrachtet.
b) Es geht um die Kriterien eines Umweltlabels (ökologische Nachhaltigkeit) und nicht um die eines Nachhaltigkeitslabels (ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit).
c) Ziel der Arbeit ist es nicht, die Bewertungskriterien selbst, sondern einen möglichen Prozess für die Festlegung der Bewertungskriterien zu entwickeln. Nichtsdestotrotz müssen mögliche Bewertungskriterien betrachtet werden, um konkretere Rückschlüsse auf die Art und Weise des Vorgehens zu ziehen.
d) Das zu entwickelnde Label soll nicht einer Zusammenstellung von Daten über Produkteigenschaften und einer wertfreien Darstellung in einer Datenbank dienen (wie z. B. IBU).
e) Das zu entwickelnde Label soll nicht einer vergleichenden Darstellung von Öko-Produkten dienen (wie z. B. „Blauer Engel", der das „umweltfreundlichste" Produkt der Produktgruppe auszeichnet).
f) Die Auswirkungen eines ungenügenden oder nicht fachgerechten Einsatzes von Produkten werden nicht berücksichtigt.
g) Bei der Beurteilung des Produktes werden nur die Eigenschaften des Produktes an sich bewertet und nicht die funktionalen oder auch finanziellen Unterschiede in der Wirkung. Das bedeutet, dass die Beurteilung der Funktion überwiegend in einem zweiten Schritt erfolgen muss, mit Ausnahme einiger weniger Aspekte (siehe hierzu 2.5).
h) Die Schwierigkeiten einer Zertifizierung mit Bedingungen und Kosten nach europäischen Standards in Dritt-Welt-Ländern unter völlig anderen Rahmenbedingungen werden nicht thematisiert.

1.4. Methodisches Vorgehen

Zur Beantwortung der Kernfrage wird die Problemstellung in folgende Detailfragen gegliedert:

a) Bedürfnisse des Endkunden: Welche Informationen benötigt der Endkunde für seine Kaufentscheidung und wie müssen sie aufbereitet sein, damit sie auch allgemein verständlich und nachprüfbar sind? (unter 2.1 und 3.1)

b) Bedürfnisse der Hersteller: Welcher Aufwand ist für den Hersteller in Abwägung zu seinem Nutzen vertretbar, um die ökologischen Eigenschaften seines Produktes darzulegen? (unter 2.2 und 3.2)

c) Bedürfnisse der Händler: Welche Bedürfnisse haben die Händler? (unter 2.3 und 3.3)

d) Bedürfnisse des Labelinhabers (unter 2.4 und 3.4)

e) Welche Metakriterien zur Neueinführung eines Labels müssen daraus (a-d) resultierend beachtet werden? (unter 2.5 und 3.5)

f) In welchem Prozess soll das Bewertungssystem entwickelt werden, damit die o.a. Aspekte optimal berücksichtig werden? (unter 4 und 5)

Die Masterarbeit basiert auf einer Analyse vorliegender Literatur und den Rahmenbedingungen bereits vorhandener Produktlabels. Alle Teilaspekte werden sowohl für die allgemeine Betrachtung als auch für den Anwendungsfall ÖkoPlus bearbeitet.
Auf Grundlage der ermittelten Anforderungen der einzelnen Gruppen von Beteiligten und der Metakriterien, wird dann – anhand der daraus zu folgernden Rückschlüsse – der Prozess zur Definition eines Bewertungssystems entwickelt.

2. Definition der Bedürfnisse der Beteiligten und der Metakriterien

2.1. Bedürfnisse des Endkunden

Der Kunde ist letztlich derjenige, für den die Zertifizierung von Produkten gemacht wird. Ihm wird durch ein Label die Recherche-Arbeit bezogen auf die Qualität des Produktes abgenommen und damit die Kaufentscheidung erleichtert. Für diese Dienstleistung zahlt er meist einen Mehrpreis in Form einer Umlage auf den Verkaufspreis für die Zertifizierungsaufwendungen des Produzenten.[9]

Ein Label bietet erhebliche Vorteile. Studien von Rubik / Weskamp zeigen, dass ein Mehr an Informationen – vorausgesetzt, sie wären überhaupt erhältlich – oft ein nur subjektiv besseres Gefühl bei einer Kaufentscheidung zur Folge hat und nicht generell zu einer besseren Kaufentscheidung führt.[10] Die Erinnerungsleistung des Entscheiders ist bei steigender Informationsmenge schnell überfordert. Dagegen wirkt sich eine Informationsreduktion auf Preis, Markenname und Produktkennzeichen positiv auf die Bewältigung der Informationsflut aus.[11] Dazu ist jedoch das Vertrauen des Endkunden in ein Label zwingende Voraussetzung.

Die Unterschiede und die Qualität der Bewertungssysteme können jedoch häufig vom Nutzer nicht beurteilt werden. Zum einen, weil die Bewertungssysteme kompliziert und für den Laien nicht nachvollziehbar sind, zum anderen, weil die Bewertungssysteme häufig nicht transparent veröffentlicht werden. Damit der Kunde dem Label vertrauen kann, muss eine entsprechende klare Kommunikation erfolgen.

Endkunden können unterschiedliche Personen oder Institutionen sein:

- Private Kunden haben verschiedene Bedürfnisse nach Geschlecht, Bildungsgrad, Alter oder sozialer Schicht. Dies wird sich u.a. in der individuell unterschiedlichen Gewichtung der einzelnen Kriterienkategorien niederschlagen (z. B. Ressourcenschonung, Energieeinsparung, Schadstofffreiheit). Übergeordnet ist jedoch das unterschiedliche Engagement (sog. involvement) der Verbraucher zu berücksichtigen. Je höher das Involvement, desto mehr ist der Endkunde bereit, Aufwendungen zur Informationsbeschaffung auf sich zu nehmen (also z. B. auch einen Mehrpreis für die Kostenumlage einer Zertifizierung). Für die Ausgestaltung des Labels bedeutet das, dass den Verbraucher mit Low-Involvement eher einfache, grafisch gut einprägsame und symbolhafte Kennzeichen ansprechen, die mög-

[9] vgl. Hansen, U. / Kull St. 1995, S. 412
[10] vgl. Rubik, Fr./ Weskamp, C., 1996, S. 16
[11] vgl. Berndt, H.,1984, S. 183

lichst publik sein müssen, während Verbraucher mit High-Involvement nachvollziehbare, wissenschaftlich belegte Informationen erwarten[12]. Beiden Gruppen muss ein Label gerecht werden.

- Professionelle Verbraucher sind z. B. Einkäufer von Lebensmitteln für Kantinenbetreiber oder Restaurants. Hier trifft im Wesentlichen ebenfalls die Unterscheidung nach Low- oder High-Involvement zu. Je nachdem, ob dem Verbraucher nur an einem Imagegewinn (low-involved) oder an den tatsächlichen Qualitäten (high-involved) gelegen ist, muss das Label auch hier beides leisten.

Dies berücksichtigend, lassen sich die spezifischen Anliegen der Personengruppen und einige allgemeine Bedürfnisse definieren:

a) Das Label muss glaubwürdig sein.
b) Die Bewertungskriterien und Mindestvoraussetzungen müssen transparent und wissenschaftlich belegt sein. Daher müssen sowohl die Kriterien als auch die dazugehörigen Werte des Produkts schnell und direkt verfügbar sein (z. B. am Produkt, am Regal, online).
c) Die Zusammensetzung des Beurteilungsgremiums muss offen gelegt, dessen Kompetenz und Unabhängigkeit nachgewiesen sein.
d) Die bewerteten Eigenschaften müssen für den Endkunden persönlich relevant und attraktiv sein, sie müssen einen sozialen Zusatznutzen darstellen. Sie müssen hilfreich, verständlich und nachvollziehbar sein.[13]
e) Das Label muss den notwendigen funktionalen Qualitäten Rechnung tragen (siehe auch 2.5.3.)
f) Das Label muss bekannt, die dazugehörige Grafik einprägsam sein. Dies ist natürlich gerade bei einer Neuentwicklung eines Labels ein gewisser Widerspruch und weist entweder auf eine Kooperation mit bestehenden Labels hin oder aber auf die Wichtigkeit eines möglichst hohen Bekanntheitsgrades des Labelinhabers. Bei Produktkennzeichen wie etwa dem RAL-Gütezeichen oder dem Blauer Engel ist dies für neue Produktgruppen jedoch gegeben.
g) Das Label soll Aufklärung und Hilfestellung bei der Abwägung von unter Umständen gegenläufigen Zielen des Endkunden bieten (Trade-offs). So können ökologische Produkte zugunsten der Umwelt gegebenenfalls teurer sein, funktional nicht optimal oder sie weisen sich widersprechende ökologische Eigenschaften auf.

[12] vgl. Rubik 1996, S. 13ff

[13] vgl. Petersen, H./ Schaltegger St., 2014: S. 7

Auch diese Aspekte sollten bei dem Label zum Tragen kommen, indem die implizierten Nachteile klar benannt werden.

2.2. Bedürfnisse des Herstellers

Der Hersteller ist derjenige, der für eine Zertifizierung seiner Produkte die Initiative ergreifen muss. Er muss den Aufwand für die Zertifizierung übernehmen, in der Hoffnung, dass sich diese Vorleistung für ihn später bezahlt macht.
Daher wird es im Interesse des Herstellers sein, den Aufwand in Relation zu seinem Nutzen möglichst gering zu halten, bzw. den Nutzen möglichst umfangreich zu gestalten. Gleichwohl darf der Aufwand nicht zu Lasten der Qualität des Labels zu sehr minimiert werden, da sonst die positiven Effekte einer Zertifizierung nicht eintreten werden.
Die Entscheidung eines Herstellers für eine Zertifizierung vollzieht sich hauptsächlich in der Abwägung der erwarteten Verbesserung seiner Positionierungschancen am Markt und den damit verbundenen Aufwendungen.[14]

Auf der Aufwandsseite ist die Entscheidung abhängig von den Rahmenbedingungen der praktischen Umsetzbarkeit. Der Hersteller benötigt vor diesem Hintergrund relativ früh möglichst genaue Kenntnisse zu:[15]

a) der Planbarkeit: Kenntnis über Bewertungskriterien und Umsetzungsschritte, wobei eine erfahrene Kontrollstelle zur Sicherstellung einer routinierten Abwicklung ebenfalls die Planbarkeit erhöht. Dies ist bei neuen Labels schwieriger zu realisieren ist als bei bereits bestehenden.
b) dem Zeitbedarf: Kenntnis über durchschnittliche Fristen zwischen Antrag und Labelvergabe.
c) den Kosten: Wichtig ist die Kalkulierbarkeit der auf den Hersteller zukommenden Kosten, damit er in der Gegenrechnung der erwarteten Vorteile – einschließlich der Möglichkeiten eines Ausgleichs durch einen Aufpreis – die Attraktivität des Labels beurteilen kann.

Die Wahrung von Betriebsgeheimnissen kann ein weiteres Bedürfnis des Herstellers darstellen (siehe dazu 4.4).

[14] vgl. Hansen, U. 1995 S. 415
[15] vgl. Petersen, H./ Schaltegger St., 2014: S. 8

Der Nutzen eines ökologischen Produktkennzeichens, den der Hersteller für sich erwartet, kann zusammenfassend mit den verbesserten Positionierungschancen am Markt[16] benannt werden, auch wenn es zugleich interne vorteilhafte Effekte geben kann. Durch Herausstellung der ökologischen Qualitätsvorteile heben sich Produkt und Markenname positiv von der Masse ab.
Dabei ist zu unterscheiden, welchen Nutzen Ökolabels allgemein mit sich bringen, welcher Nutzen speziell bei einem Label mit einer vereinfachten Zertifizierung zu erwarten wäre und welche Bedürfnisse sich aus beiden Kategorien ergeben.

Der Hersteller hat aufgrund der in der Einleitung beschriebenen Gefahr einer adversen Selektion ein Interesse am Abbau von Informationsasymmetrien. Nach Weiber/Adler[17] können die darin liegenden Unsicherheiten in zwei Kategorien eingeteilt werden: exogene Unsicherheiten, die sich auf die Umweltwirkungen beziehen, und endogene Unsicherheiten, die die Marktunsicherheiten (Qualitäten der Produkte und deren angemessener Preis) betreffen. Ein Label kann helfen, beide Unsicherheiten zu reduzieren. Voraussetzung dafür, dass dies durch ein Öko-Label bewirkt werden kann, ist vor allem die Glaubwürdigkeit des Labels.

Fast alle Vorteile für die Hersteller bestehen nur bei einem hohen Bekanntheitsgrad des Labels, der bei einem neuentwickelten Label zunächst nicht immer gegeben sein wird, es sei denn, der Name des Labelinhabers ist bereits etabliert. Damit ein Label für Hersteller attraktiv ist, muss ein hoher Bekanntheitsgrad zumindest in absehbarer Zeit erwartet werden.

Dies gilt im Besonderen für die Partizipation an einer gemeinsamen Öffentlichkeitsarbeit des Labelinhabers. Diese vermindert nicht nur z. B. Kosten für eigene Marketingarbeit. Sie birgt darüber hinaus für Hersteller, die nicht ausschließlich Öko-Produkte auf den Markt bringen, eine verbesserte Wahrnehmung ihrer Produktdifferenzierung. Der Hersteller erreicht somit unterschiedliche Marktsegmente und kann seinen Markt erweitern.

Für Ökoprodukte gibt es überdies eine nachweisbare Mehrzahlungsbereitschaft der Kunden, sofern sie nicht nur die Grundvoraussetzungen Bekanntheit und Glaubwürdigkeit erfüllen, sondern mit dem Produkt auch eine offensichtliche Mehrwertzu-

[16] vgl. Hansen, U., 1995: S. 415
[17] vgl. Weiber, R; Adler, J. (1995) S. 47

schreibung verbunden ist.[18] Letzteres ist dann gegeben, wenn der Käufer einen für sich relevanten Nutzen in den gelabelten Eigenschaften sieht, und diese gegebenenfalls auch von seinem sozialen Umfeld als unterstützenswert angesehen werden. Eine online-Umfrage von „diffferent" aus dem Jahr 2010 (1000 Konsumenten) ermittelte eine Mehrzahlungsbereitschaft von ca. 20 % bei Kosmetika und ca. 15 % bei Lebensmittel für Ökoprodukte[19]. Eine andere Untersuchung am Beispiel von Katzenfutter kommt auf eine Mehrzahlungsbereitschaft von 12 %.[20] Für Elektrogeräte der höchsten Effizienzklasse des „EU Energy Label" beläuft sich die Mehrzahlungsbereitschaft sogar auf einen ca. 30 % höheren Preis.[21]

Weitere Vorteile für den Hersteller können sich aus der Rückmeldung von Verbesserungsmöglichkeiten des Labelinhabers ergeben (dies stellt zugleich einen Vorteil für Labelinhaber dar, da es das Qualitätsniveau am Markt erhöht, siehe auch 2.4). Gerade bei Produkten, die relativ dynamischen Veränderungsprozessen (z. B. energiesparende Technikgeräte) unterworfen sind, kann dies hilfreich sein. Dazu ist es notwendig, dass der Labelinhaber wissenschaftlich fundierte Kriterien für die Beurteilung zugrunde legt und mit der Ausarbeitung entsprechend qualifizierte Fachleute betraut.
Des Weiteren können die bei Zertifizierungen verlangten Qualitätsstandards auch helfen, Prozesse generell zu verbessern und effizienter zu gestalten.[22]

Grundsätzlich ist für den schnellen Wiedererkennungswert bei den Käufern eine anschauliche Grafik unabdingbar. Sie prägt sich schneller ein als verbale Beschreibungen und bietet damit in dem oft sehr kurzen Kaufentscheidungsprozess von nur wenigen Sekunden einen wesentlichen Vorteil. Dazu muss das Labelsymbol eine entsprechend hochwertige Grafik aufweisen.

Ein Vorteil für den Hersteller bei einer Zertifizierung speziell für Labels mit vereinfachten Kriterien muss im Wesentlichen in einem geringeren Aufwand an Kosten und Zeit für Zertifizierung und laufender Dokumentation als bei den Zertifizierungen im vollen Umfang bestehen. Ist dieser Aufwand aufgrund der Produktart oder Betriebsgröße ohnehin nicht wesentlich, so wird dieser Vorteil teilweise oder ganz entkräftet.

[18] vgl. Petersen, H./ Schaltegger St., 2014: S. 10
[19] vgl. diffferent GmbH (Hrsg.) 2010, S. 6
[20] vgl. Völker, R./ Tachkov, Ph. 2013, S. 50
[21] vgl. Sammer / Wüstenhagen, 2006, S. 194 ff
[22] vgl. Blind K. / Mangelsdorf A. 2016, S.26

Bei der Abwägung von Aufwand und Nutzen ist vor allem wesentlich, dass die Hersteller ein Eigeninteresse an einer möglichst hohen Qualität des Labels haben, da nur dann Vorteile daraus generiert werden können. Auch wäre für den Hersteller von hochwertigen Produkten ein Label unattraktiv, das Trittbrettfahrern erlauben würde, Produkte mit minderen Qualitäten damit auszuzeichnen.
Gleichzeitig darf nicht unberücksichtigt bleiben, dass zu hohe Anforderungen und zu aufwendige Prüfungsverfahren unnötig Kosten verursachen, Innovationen verhindern und Markteintrittsbarrieren erhöhen können.[23]

2.3. Bedürfnisse der Händler

Auch der Händler ist letztlich Kunde des Herstellers, daher gelten die Bedürfnisse des Endkunden in den Grundzügen auch für die Händler. Der Handel hat jedoch darüber hinaus eine enorme Marktmacht als gatekeeper der Marktwege. Ein Label sollte daher sowohl geeignet sein, das Warenangebot gegenüber dem Konsumenten durchzusetzen (ecology-push) als auch eine entsprechende Nachfrage bei den Herstellern klar zu definieren (ecology-pull)[24].
Der Händler verkauft zudem nicht nur die Ware, sondern bietet ergänzend Beratung und Dienstleistungen dazu an. Zusätzlich zur Ware fließen über den Händler die Produktinformationen von Hersteller zu Verbraucher, sodass der Händler einen wichtigen Multiplikator des Wissens über die Produkte und der Imageattribute darstellt, die der Hersteller transportieren möchte.[25]
Vor diesem Hintergrund gibt es aus Sicht der Händler folgende wesentliche Einflussgrößen bei der Entwicklung des Kriterienkatalogs:

a) Das Label soll eine schnelle Produktauswahl ermöglichen, damit sich der Händler bei der Zusammenstellung seines Warensortiments unkompliziert daran orientieren kann. Der Handel kann seine Vermittlerfunktion von ökologischen Informationen über Produkte und Lieferquellen nur erfüllen, wenn er zum einen die Kompetenz dazu hat und zum anderen die ökologischen Informationen grundsätzlich erhältlich sind.[26] Wenn dabei die Vorbewertung der Produkte und die Informationsbeschaffung durch den Labelinhaber bereits erfolgt sind, bedeutet das eine Entlastung für den Händler. Dem Händler wird dadurch ein Teil der Lieferantenselektion abgenommen. Die mit dem Label abgeprüften Bewertungskriterien

[23] vgl. Löw T. 2016, S. 461
[24] vgl. Hansen, U. 1995 S. 353ff
[25] vgl. Hansen, U. 1995, S. 356
[26] vgl. Hansen, U. 1995 S. 364

müssen dazu transparent und überprüfbar sein, damit der Händler sich auch überzeugen kann, dass die Produkte seinen Bewertungsmaßstäben genügen.

b) Der Händler sollte in der Lage sein, anhand der von dem Label zur Verfügung gestellten Informationen den Endkunden zu beraten. Die vergleichsweise hohe Komplexität und Dynamik der Informationen über ökologische Produkte[27] stellen für den Händler die Herausforderung dar, sein Wissen ständig zu aktualisieren. Das ist eine der Ursachen für eine häufig gehemmte Ausweitung des ökologischen Marktsegments. Umweltlabels sollen und können dazu beitragen, dieses Hemmnis abzumildern. Dazu müssen die bewerteten Eigenschaften und die dazugehörigen Hintergrundinformationen geeignet und zugänglich sein.

c) Der Händler erreicht durch Aufnahme von ökologischen Produkten nicht nur eine entsprechende Anhebung seines ökologischen Images, es wird vielmehr im Falle von zertifizierter Ware durch den Labelinhaber von übergeordneter Stelle zusätzlich legitimiert. Dadurch kann er neue Kundensegmente gewinnen. Dies ist vor allem für kleine und mittlere Betriebe (KMU) interessant, die weniger Spielraum für eigene Marketingmaßnahmen besitzen. Dies kann nur gelingen, wenn das Label glaubwürdig und bekannt ist.

2.4. Bedürfnisse des Labelinhabers – Zielsetzung und Strategie

2.4.1. Strategische Zielsetzungen

Der Labelinhaber verfolgt mit der Schaffung eines Umweltlabels zunächst das übergeordnete ideelle Ziel einer Stärkung von Umweltbelangen.
Ein Umweltlabel muss sich laufend daran messen lassen, ob es einer grundsätzlichen ökologischen Verbesserung der Ausgangssituation dient. Wird durch das Label der Druck auf Politik, Wirtschaft und Gesellschaft erhöht oder abgesenkt? Werden Veränderungen – z. B. von Anbieter- und Verbraucherverhalten – dadurch gefördert oder eher verhindert? Die Schwierigkeit besteht darin, dass dies zum einen im Detail nicht immer eindeutig zu formulieren ist, zum anderen diese Anforderungen regelmäßig auf Erfolg und Gültigkeit überprüft werden müssen.[28]

Aus diesem übergeordneten Anspruch lassen sich weitere Teilziele ableiten.
Zunächst kann ein Label die gesellschaftspolitische Einflussnahme durch die Erhöhung des Bekanntheitsgrades von ökologischen Produkten fördern. Dies geschieht zum

[27] vgl. Hansen, U. 1995, S. 371
[28] vgl. Maier J., 2016 S. 374

einen durch die grafische Präsenz von Logos am Markt, aber auch durch die Tatsache, dass die Existenz eines eigenen Labels den Stellenwert von ökologischen Produkten als Marktsegment verdeutlicht.
Darüberhinaus bietet der Labelinhaber mit einem Label die Dienstleistung einer Informationsvereinfachung für Kunden und Hersteller an. Damit sinken bei beiden Gruppen die Informationskosten, was wiederum der Verbreitung von ökologischen Produkten dient.
Ein weiterer Effekt der Etablierung eines Labels stellt die Stärkung der Interessensvertretung dar. Ein Label erhöht nicht nur den Bekanntheitsgrad bei den hauptsächlichen Zielgruppen (Verbraucher, Händler), sondern bei allen gesellschaftlichen Akteuren. In vielen Bereichen der Lobbyarbeit ist es viel einfacher, konkret auf zertifizierte Produkte hinzuweisen, als die einzelnen Produkteigenschaften zu erläutern.
Das Gleiche gilt bei der Verpflichtung von Organisationen für eine Verwendung von ökologischen Produkten oder der Etablierung von Fördermaßnahmen. Es wird damit automatisch ein definiertes Qualitätsniveau sichergestellt. Bedingung dafür ist ein entsprechendes Maß an Bekanntheit des Labels.
Überdies unterstützt ein Label für ökologische Produkte bei der Professionalisierung der Hersteller (siehe auch 2.2). Durch die Rückmeldung von nicht erfüllten Kriterien bei der Erstzertifizierung oder verschlechterten Labormesswerten bei den laufenden Kontrollen, werden dem Hersteller aufgezeigt, an welcher Stelle er die Zusammensetzung seiner Produkte oder die Herstellungsprozesse noch verbessern kann. Damit steigt das Qualitätsniveau insgesamt. Voraussetzung dafür ist eine hohe Fachkompetenz des Prüfgremiums.
Maßgeblich ist weiter eine Festsetzung der Grenzen des betrachteten Produktspektrums. Werden z. B. Vorprodukte (Rohstoffe) und/oder Endprodukte zertifiziert? Geht es um die Produkte einer oder mehrerer Branchen? Ein breites Spektrum der betrachteten Meinungsgegenstände gibt dem Label zwar mehr Marktmacht (häufigere Anwendung erhöht den Bekanntheitsgrad), andererseits sind sehr heterogene Produkte nicht mit einer einheitlichen Bewertung beurteilbar. Damit kann wiederum die Glaubwürdigkeit sinken, wenn nicht innerhalb des Labels sorgfältig differenziert und dies auch kommuniziert wird.[29]

Ein Label mit vereinfachten Kriterien könnte außerdem durch den niederschwelligeren Zugang zu einer Zertifizierung zu einer größeren Verbreitung und Bekanntheit sorgen,

[29] vgl. Hansen, U. / Kull St. 1995, S. 416

als von aufwendigen Labels, die entsprechend seltener zum Einsatz kommen. Allerdings bedeutet das richtige Maß der Verbreitung eine Gratwanderung. Erhalten zu viele Produkte ein Umweltzeichen, ließe das nicht nur auf einen zu niedrigen Anspruch schließen, den Status quo zu verbessern. Es würde auch ökonomisch zu einem inflationären Effekt kommen – der wirtschaftliche Vorteil wäre aufgehoben.

2.4.2. Finanzielle Interessen bei der Umsetzung

Bei der praktischen Umsetzung hat auch der Labelinhaber ein Interesse, die Kosten niedrig zu halten, da es zum einen seine eigene Aufwendungen betrifft, zum anderen die Kosten, die er den Labelnehmern weiter verrechnen muss. Wird es für diese zu teuer, so beeinträchtigt das die Akzeptanz des Labels.
Folgende Kostenarten können anfallen[30]:

a) Aufwendungen für die Informationsproduktion, das heißt Überlegungen zu Informationsbedarf, -gegenstand und -inhalt und zur Kennzeichnungsstrategie;
b) Aufwendungen für die Informationserstellung incl. Forschung;
c) Aufwendungen für die Informationsübertragung:
    - Verbalisierung der Information;
    - Verdichtung der Information, d.h. die Zusammenfassung und Verschlüsselung von Einzelbewertungen zu übergeordneten Kriterien;
    - Wahl des Kommunikationsmittel;
    - Zertifizierungs- und Kontrollkosten;
    - Vermittlung oder Übersetzung des Inhalts;

Dabei fallen jeweils Kosten für Personal, Sachmittel, Reisetätigkeiten und Forschungsmittel an, sowie für Layout, Druck und sonstigen Verwaltungsaufwand.
Von der Organisationsform des Labelinhabers hängt ab, wie die Ausgaben finanziert werden. Beispielsweise wird der Blaue Engel von staatlichen Organisationen getragen. Das dahinterstehende öffentliche Interesse für eine Verbraucheraufklärung erlaubt eine relativ niedrige Gebührenverrechnung. Private Labelinhaber haben dagegen größere finanzielle Zwänge. Die Möglichkeiten der Kostenumlage auf Hersteller und Händler haben damit einen viel höheren Stellenwert.

Weiteres Potential für eine Kostenersparnis wäre die Festlegung von Anreizen für den Hersteller, auch ohne umfangreiche Kontrollprozesse zu einer wahrheitsgetreuen Aussage angeregt zu werden. Dazu zählt etwa das Eigeninteresse an einem vertrau-

[30] vgl. Rubik 1996, S.71

enswürdigen Label, dessen Image nicht durch Negativschlagzeilen beeinträchtigt werden darf. In gewissem Umfang ist auch mit gegenseitigen Kontrollen zu rechnen, vor allem in überschaubaren Branchen, bei denen persönliche Kontakte über die Lieferketten hinweg automatisch eine gewisse informelle Transparenz mit sich bringen. Hauptsächlich aber zählt das langfristige Interesse an der Vermeidung eines gegebenenfalls existenzbedrohenden Imageverlusts bei Aufdeckung von nicht wahrheitsgemäßen Angaben.
Werden Kontrollen zugunsten einer Kostenersparnis minimiert, birgt das immer das Risiko einer sinkenden Glaubwürdigkeit. Daher muss ein solches Vorgehen mit allen Vor- und Nachteilen an den Endkunden offen kommuniziert werden, ansonsten besteht die Gefahr des Eindrucks von greenwashing.

Allerdings gibt es auch Untersuchungen, die zeigen, dass sowohl bei der Entscheidung für oder gegen ein Label, aber auch bei der Auswahl des Zertifizierers das Kostenargument für die Hersteller nicht an erster Stelle steht. Die Gründe gegen eine Zertifizierung können gemäß einer Studie von Blind et al[31] z. B. Einschätzungen sein, wonach eine Zertifizierung eine Barriere für den Marktzugang darstellt, die Gefahr des Abflusses schutzwürdigen Wissens (siehe dazu auch 4.2.4) implizieren könnte, zu zeitaufwändig ist oder schlicht der Nutzen des Labels nicht klar oder bedeutsam genug ist.[32] Gerade bei etablierten, sehr bekannten Ökoprodukten erscheint aus Sicht der Hersteller oft der öffentlichkeitswirksame Nutzen einer Zertifizierung – zumindest scheinbar – kaum von Belang.[33] Deshalb müssen gerade für diese Zielgruppe die darüber hinaus gehenden Vorteile (siehe 2.2) deutlich in den Vordergrund gestellt werden.

2.4.3. Positionierung zu bestehenden Labels

Des Weiteren muss sich der Labelinhaber darüber klar werden, wie sich das neue Label im Verhältnis zu bestehenden Labels positionieren soll.
Das neue Label kann:

a) bestehende Labels ergänzen bzw. mit ihnen harmonieren. Das bedingt, dass eine Zusammenarbeit mit einem bestehenden Bewertungssystem sinnvoll und machbar (z. B. bezüglich Kriterien, Produktkategorien) wäre. Dabei stellt sich die Frage, was für den anderen Labelinhaber dabei attraktiv sein könnte, wie etwa als Vor-

[31] vgl. Blind et al, 2013
[32] vgl. Blind K. / Mangelsdorf A., 2016, S. 29ff
[33] vgl. Kunze A., 2012

stufe zu einem höherwertigeren Label, Erschließung neuer Zielgruppen oder Diversifikation. Eine Ergänzung ist ebenso denkbar, wenn bei Vorlage einer bestehenden, weniger umfänglichen Zertifizierung lediglich Zusatzkriterien abgefragt werden, etwa zu Lebenszyklusbetrachtung oder Energieverbrauch.

b) bestehende Labels ersetzen: Das bedingt entweder eine Kooperation mit dem bisherigen Labelinhaber oder aber der Labelinhaber will sein bestehendes Label neu definieren.

c) bestehende Labels verdrängen oder mit ihnen konkurrieren: Das erfordert bereits in einer frühen Phase der Labelentwicklung eine genaue Definition der Abgrenzung zu anderen Labels, so dass eine Beurteilung der Tragfähigkeit und damit der Erfolgschancen am Markt erfolgen kann.

Bei allen Interessen des Labelinhabers muss berücksichtigt werden, wie diese aus Sicht des Verbrauchers zu bewerten sind, da davon letztlich der Erfolg des Labels abhängt. Die übergeordneten strategischen Interessen, wie etwa Förderung des Umweltschutzes ganz allgemein oder politische Belange, werden in den meisten Fällen mit den Interessen des Endkunden harmonieren. Bei den finanziellen Aspekten sind die Interessen nur insoweit kompatibel, als die finanziellen Vorteile auch bis zum Verbraucher durchschlagen. Bei der Positionierung zu anderen Labels ist die Beurteilung des Verbrauchers davon abhängig, welche Ziele der Labelinhaber damit verfolgt. Geht es nur um die eigene Imageverbesserung und fördert er damit eine Verwirrung durch Labelvielfalt, so ist dies mit Sicherheit aus Sicht des Kunden negativ. Trifft der Labelinhaber mit einer Differenzierung von Kriterien eine Marktnische, die für den Kunden direkt relevant ist, wird er dies positiv honorieren.

2.5. Metakriterien zur Neueinführung eines Labels

Neben den beschriebenen Anforderungen gibt es weitere Eigenschaften für ein qualitativ hochwertiges Produktkennzeichen. Die Bewertungskriterien gängiger Labelbewertungssysteme können dafür Anhaltspunkte bieten. Die „Verbraucherinitiative“ hat z. B. für ihr Internet-Portal label-online.de durch einen umfangreichen Stakeholderprozess Bewertungskriterien u.a. mit folgenden Aspekten ermittelt: [34] [35] [36]

[34] vgl. Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V., o.J.
[35] vgl. PUSCH o.J.
[36] vgl. ECOLABEL INDEX o.J.

a) Qualität des Anspruchs
   - Kriterien gehen deutlich über gesetzliche Vorgaben hinaus;
   - Kriterien werden bei Vorliegen neuer Erkenntnisse überarbeitet;
   - Kriterien sind geeignet, relevante Verbesserungen im Bereich des Labels zu ermöglichen;

b) Qualität der Kontrolle
   - eindeutige, nachprüfbare Vergabekriterien mit klarem Bezug;
   - umfassende Kontrolle der Einhaltung der Vergabekriterien, Verlängerungen von befristeter Vergabe nur nach erneuter Kontrolle;
   - angemeldete und – sofern sinnvoll – auch unangemeldete Kontrollen;
   - bei Verstößen: Nachbesserung innerhalb einer angemessenen, überschaubaren Frist, gegebenenfalls weitere Sanktionen bis zum Entzug des Labels;

c) Qualität der Unabhängigkeit
   - Kriterienentwicklung unter Hinzuziehung von vom Zeichennehmer weitgehend unabhängigen und kompetenten Stellen, Offenlegung dieses Prozesses;
   - Zeichengeber, Zeichennehmer und Prüfer sind jeweils rechtlich und wirtschaftlich weitgehend voneinander unabhängig;
   - Kontrolle der Einhaltung der Vergabekriterien von unabhängiger und eindeutig identifizierbarer Kontrollstelle, im Idealfall staatlich akkreditiert;

d) Qualität der Transparenz
   - Zielsetzung und Trägerschaft sind in öffentlich zugänglichem Informationsmaterial erläutert;
   - Vergabekriterien, Vergabeverfahren und Kontrollverfahren incl. der beteiligten Akteure sind für Verbraucher verständlich und nachvollziehbar dokumentiert, öffentlich und kostenlos zugänglich;
   - unverwechselbares Logo;
   - Möglichkeit der Kontaktaufnahme durch die Verbraucher mit angemessenen Antwortzeiten.

Metakriterien umfassen also neben den rein ökologischen Merkmalen auch prozessuale und formale Vorgaben sowie Grundsatzdefinitionen bezüglich des Anspruchs, z. B. Forderung einer Volldeklaration.

2.5.1. Mindestvoraussetzungen

Resultierend aus den beschriebenen Bedürfnissen der Interessensgruppen und weiteren wissenschaftlichen Anforderungen lassen sich allgemeine und übergeordnete Mindestvoraussetzungen einer Labelvergabe ableiten[37]. An erster Stelle steht, dass nur ein vertrauenswürdiges Label erfolgreich sein kann. Bei einem neu zu schaffenden Label ist dieses Vertrauen – neben den offenzulegenden Fakten – vornehmlich abhängig von der Reputation der vergebenden Institution.[38] [39] Zusammenfassend können folgende Mindestvoraussetzungen in drei Kategorien formuliert werden:

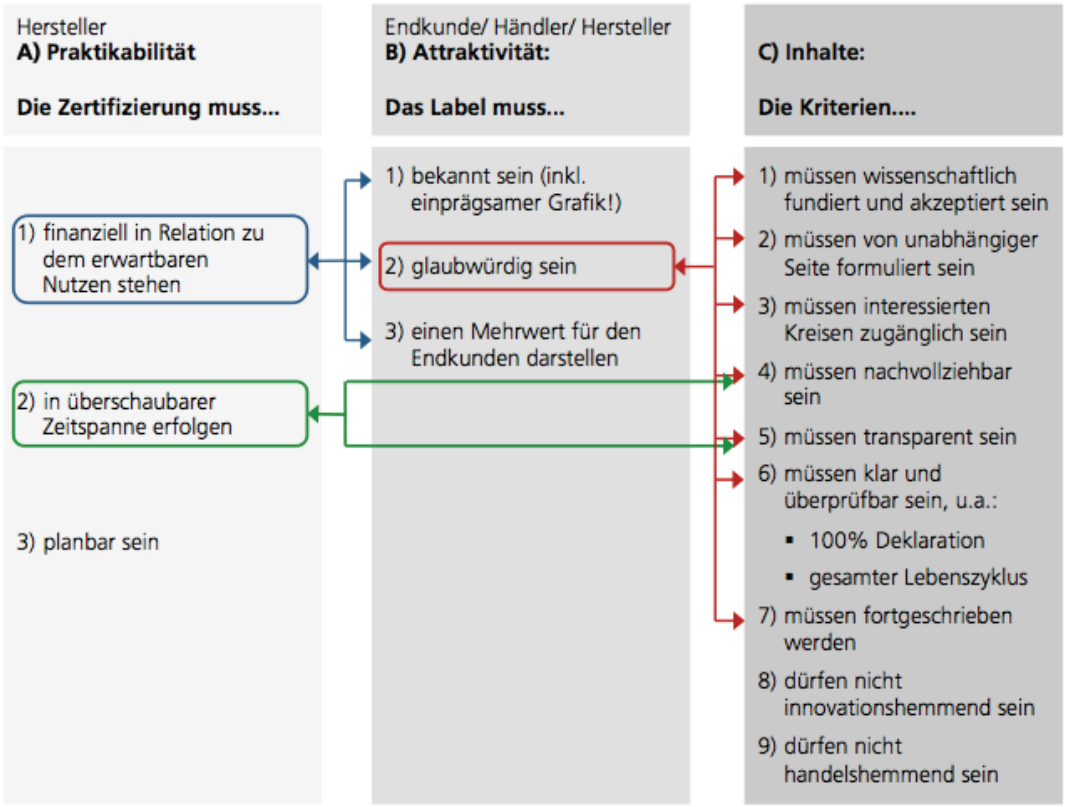

Abb. 1 Mindestvoraussetzungen mit Wechselwirkungen (eigene Darstellung); Buchstaben und Ziffern im Folgenden verweisen auf die hier verwendeten.

Diese Mindestvoraussetzungen müssen im zweiten Schritt auf die Möglichkeiten einer Aufwandsvereinfachung untersucht werden.

2.5.1.1. A) Praktikabilität

Damit die Labelvergabe vor allem auch für KMU praktikabel sein kann, müssen Verwaltungsaufwand und Informationsanforderungen auf das erforderliche Maß be-

[37] vgl. Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit / Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. / Umweltbundesamt (Hrsg.), 2014, S. 18
[38] vgl. Clausen J./ Wruk H.-P., 2009: „Standards & Normen des Nachhaltigkeitsmanagements", Lüneburg, *S. 72*
[39] vgl. Hansen, U. (Hrsg.) 1995, S. 418

schränkt werden. Dabei beziehen sich die betrachteten Aufwendungen nur auf die reine Zertifizierung, Aufwendungen zur Erreichung der bewerteten Kriterien gelten als bereits erbracht.

Die unter A1) (die Ziffern beziehen sich auf die Abb. 1 genannten Kategorien) relevanten Kosten des Herstellers können untergliedert werden in:

- Kosten und Gebühren, die der Labelinhaber für die Zertifizierung und Rezertifizierung verlangt (diese sind auch häufig am Umsatz bemessen, der mit diesem Produkt erzielt wird);
- jährliche Gebühren, wie z. B. Labelnutzungsgebühren oder verpflichtende Mitgliedsbeiträge (gegebenenfalls ebenso umsatzabhängig);
- Sach- und Personalkosten für den Zertifizierungsprozess im Unternehmen;
- Kosten für laufende Kontrollen und Laboruntersuchungen für die in den Bewertungskriterien abgefragten Eigenschaften;
- interne Kosten für die laufende Erfüllung der Vorschriften z. B. Dokumentationspflichten (Personal- und Sachkosten);
- Kosten für die Integration der Labelgrafik bei Verpackung, Etikettierung, sonstige Unterlagen und Werbemaßnahmen;
- Kosten für Mitarbeiterschulung.

Misst man die Aufwendungen am Marktvolumen, so werden zwar Unterschiede zwischen den Branchen deutlich, die Kosten für die reine Konformitätsbewertung bewegen sich jedoch in eher geringem Umfang:

	Bauprodukte	**Medizinprodukte**	**Spielzeugprodukte**	**Berufl. Weiterbildung**
Marktvolumen	91 Mrd. €	24 Mrd. €	1,53 Mrd. €	35-50 Mrd. €
Umsätze Konformitätsbewertungsstellen	100-150 Mio. €	50-75 Mio. €	3-5 Mio. €	30-70 Mio. €
Anteil	0,10-0,16 %	0,21-0,31 %	0,19-0,32 %	0,10-0,14 %

Tab. 1 Kostenanteil der Konformitätsbewertungen in ausgewählten Märkten (Schätzwerte) nach Löw [40]

Die maßgeblichen Kosten fallen dagegen bei den Aufwendungen für das Management aller zertifizierungsrelevanten Aufgaben an, wie Schulungsmaßnahmen, Personal- und IT-Aufwand für fälschungssichere Dokumentationen oder Dokumentenlenkung.[41]

[40] vgl. Löw T. 2016, S. 460
[41] vgl. Friedel R. /Spindler E.A., 2016, S. 556

Generell können die Zertifizierungskosten für bestehende Label nicht auf eine über alle Bereiche einheitliche Größenordnung benannt werden. Sie sind einer großen Spreizung unterlegen, abhängig von z. B. Umfang der zu prüfenden Kriterien, Betriebsgröße, Mitarbeiterzahl, Art der Verarbeitung und Wahl der Kontrollstelle.
Eine Studie des europäischen Forschungsprojekts „certcost" hat die Kosten von 526 ökologischen Landwirtschaftsbetrieben in sechs europäischen Ländern untersucht.[42] Dabei wird u.a. unterschieden in Zertifizierungsgebühren, Investitionsraten und Opportunitätskosten (z. B. Arbeitszeit für Informationsbeschaffung oder Kontrollbesuche mit Vorbereitung, die ansonsten anderweitig unter Umständen gewinnbringend genutzt werden könnte). Die durchschnittlichen Gesamtkosten pro Betrieb und Jahr belaufen sich demnach in Deutschland auf 303€ (nur Opportunitätskosten, da die Zertifizierungsgebühren von durchschnittlich 495€ durch Fördergelder erstattet werden) bis hin zu 1.238€ (Opportunitätsanteil 590€) in Großbritannien.[43] Bei verarbeitenden Betrieben geht die Spreizung von 1.553€ (Opportunitätsanteil 719€) in der Schweiz bis zu 1.990€ in Deutschland. Die Preisgestaltung wird dabei als insgesamt sehr intransparent beklagt.

Die Branchenunterschiede werden auch bei der Auskunft des Bioverbands „demeter"[44] ersichtlich, wonach Zertifizierungen z. B. von Bäckern sehr viel aufwändiger als von Safterzeugern sind. Ein anderes Beispiel stellen kleine Grünlandbetriebe mit nur ca. 250€ im Jahr dar, während Junghennenerzeuger mit mehreren Betriebszweigen oder –stellen mit 8.000€ oder mehr rechnen müssen.

Dazu kommen dauerhafte Mehrkosten, z. B. für die geforderte laufende Dokumentation, die wie erwähnt zum Teil erheblich über den Kosten für die Kontrollen liegen können. Je nach Produkt schwanken auch die Laborkosten, die bei landwirtschaftlichen Produkten gar nicht, im handwerklichen Bereich in geringem Umfang, jedoch bei international zu beschaffenden Rohstoffen sehr hoch und bei diätetischen Lebensmitteln sogar extrem hoch ausfallen können.[45]
Die Kontrollstellen wiederum setzen unterschiedliche Stundensätze an. Differenziert werden muss zudem in Kontrollstunden, Anfahrtskosten und Verwaltungsstunden.

[42] vgl. Dabbert, S. (Hrsg) et al 2012, S. 15 ff
[43] vgl. Niggli U. 2016, S. 221
[44] vgl. Fuchs, S. 2016
[45] vgl. Fuchs, S. 2016

Bei einer groben Schätzung wird von einer Bandbreite zwischen 150€ und 360€ pro Kontrolle ausgegangen – ohne interne Kosten wie Akkreditierung und Personal. Allerdings veröffentlichen nur 14% der Kontrollstellen in Deutschland überhaupt Preislisten.[46] Nach Angabe des Zertifizierers „CERES" gibt es je nach Branche, Betriebsgröße und Land unterschiedlichste Preise. Bei Tagessätzen von 600€ in europäischen Ländern kann eine Zertifizierung zwischen wenigen hundert Euro in einfachen und bis zu 10.000€ in komplexen Fällen kosten.[47]

Das bedeutet, dass ein Hersteller meistens erst auf Antrag bei einem Zertifizierungsdienstleister durch ein ausgearbeitetes Angebot einen Überblick über den auf ihn zu kommenden Aufwand erhält.
Für den Zeitraum gibt Demeter einen Standard von 6 Wochen an, was jedoch in eiligen Fällen auch auf 3 Wochen reduziert werden kann.

Vor diesem Hintergrund ist es umso schwieriger, allgemein gültige Einsparungspotentiale bei Kosten, Zeitaufwand und -rahmen bei einer Zertifizierung zu identifizieren. Es wird immer von der Produktkategorie abhängig sein, ob eine Vereinfachung einer Zertifizierung im Sinne einer Reduktion der Aufwendungen für den Hersteller überhaupt sinnvoll ist. Um aber auch diese Informationen transparent zu gestalten, wäre es hilfreich, wenn anhand von Beispielen Kosten und Zeitaufwände veröffentlicht werden würden, was bei den meisten Labelinhabern nicht der Fall ist.

Die Planbarkeit – auch bezüglich der Zeitspanne – (A2, A3) bedeutet, dass Bewertungskriterien und Ablauf des Zertifizierungsprozesses eindeutig formuliert und für alle zugänglich veröffentlicht werden müssen. Bei Entwicklung eines neuen Labels ist es sinnvoll, die Erfahrungen der Kontrollstellen zu nutzen, um so entsprechende Rückschlüsse auf die Abwicklung ziehen zu können.

An den oben aufgeführten Rahmenbedingungen wird jedoch deutlich, dass sich die Kosten und Fristen durchaus auch in einem angemessenen Bereich bewegen können. Bei der Entscheidung eines Herstellers gegen eine Zertifizierung können diese Größen also nicht unbedingt der alleinige Grund sein (siehe auch 2.4.2). Es liegt hier an dem Labelinhaber, entsprechende Vorteile einer Zertifizierung zu implementieren und zu kommunizieren, also das Label entsprechend attraktiv zu gestalten.

[46] vgl. Dabbert, S. (Hrsg) et al, 2012 S. 10
[47] vgl. Benzing, A. 2016

2.5.1.2. B) Attraktivität

Voraussetzung bei der Festlegung der Kriterien ist, dass sie für die Zielgruppen attraktiv sein müssen. Nur wenn die Kunden einen für sie relevanten Vorteil in den Kriterien erkennen können (B3), sind sie bereit, einen Mehraufwand in Kauf zu nehmen, sei es finanziell oder organisatorisch, wie etwa ein weiterer Weg zur Verkaufsstätte.[48] Dies hängt in nicht unerheblichem Maße an der geeigneten Kommunikation dieser Kriterien und die dazugehörige Begründung. Gerade vor dem Hintergrund einer Vereinfachung ist hier zu prüfen, inwieweit kostengünstige, jedoch sehr effektive Medien wie z. B. das Internet nutzbar gemacht werden könnten.

Der Bekanntheitsgrad (B1) ist bei einem neuen Label sehr von dem Image des Labelinhabers abhängig. Sofern dieser am Markt bereits etabliert ist, muss sich dies in Grafik und Öffentlichkeitsarbeit unbedingt widerspiegeln. Ist dies nicht der Fall, so sind umfangreiche Kampagnen zur Einführung unabdingbar. Auch muss das Label bei der Kennzeichnung am Produkt grafisch hochwertig aufbereitet sein, um überhaupt wahrgenommen zu werden.[49] Aus diesem Grund wären umfangreiche Einsparungen in diesem Bereich fehl am Platz.

Die zentrale Voraussetzung der Glaubwürdigkeit (B2) wird im Wesentlichen durch einen transparenten Aufbau, anspruchsvolle inhaltliche Kriterien und unabhängige Kontrollen erreicht. Werden dabei aus Rationalisierungsgründen Abstriche gemacht, so muss genau abgewogen werden, ob die Gefahr einer Glaubwürdigkeitseinbuße nicht zu groß ist. Dann wäre das Label wertlos. Außerdem gehört zur Glaubwürdigkeit, dass Abweichler und Verstöße konsequent öffentlich gemacht werden. Eine Minderheit darf nicht das Vertrauen in die Mehrheit schädigen.[50]

2.5.1.3. C) Inhalte

Um der Maßgabe nach wissenschaftlich fundierten und akzeptierten, von unabhängiger Stelle formulierten Kriterien (C1, C2) gerecht zu werden, müssen diese von einem hochqualifizierten – unter Umständen entsprechend kostenintensiv arbeitenden – Expertengremium festgelegt werden. An dieser Stelle ohne Verlust des Anspruchsniveaus zu sparen, ist daher entsprechend diffizil. Die Einschaltung von unabhängigen Wissenschaftlern oder die Zusammenarbeit mit Forschungseinrichtungen könnte

[48] vgl. Petersen, H./ Schaltegger St., 2014, S. 6
[49] vgl. Rubik, Fr./ Weskamp, C., 1996, S. 17
[50] vgl. Friedel R. / Spindle E. A. S. 559

durch eventuell ohnehin parallel laufende Forschungsvorhaben kostenwirksame Synergieeffekte ergeben, was sicherlich verhandelt werden muss. Ebenfalls einzubeziehen sind Verbraucherschutzorganisationen.
Eine breite Diskussion der Kriterien und Prüfmethoden unter Fachleuten ist unbedingt erforderlich (Zugänglichkeit dieser Informationen für interessierte Kreise nach DIN ISO 14024 (C3)), da nur so eine breite Akzeptanz erreicht wird[51]. Aus der notwendigen Wissenschaftlichkeit resultiert auch die Anforderung an eine Fortschreibung der Kriterien gemäß dem technischen Fortschritt und den aktuellen Kenntnissen aus der Forschung. (C5)

Weitere Mindestvoraussetzung ist eine eindeutige Überprüfbarkeit der Kriterien (C4), Voraussetzung wiederum dafür ist die klare und vollständige Formulierung der Kriterien. Dazu gehört unter anderem eine 100%-Deklaration. Diese Forderung darf keiner Vereinfachung zum Opfer fallen, da davon direkt die Glaubwürdigkeit des Labels abhängt. Die Gefahr bei einer nicht vollständigen Deklaration ist neben einem Missbrauch auch eine Fehleinschätzung der Wirkung von untergeordneten Bestandteilen, wie z. B. Konservierungsmittel (siehe dazu auch 4.2.4). Gleiches gilt für die notwendige Betrachtung des gesamten Lebenszyklus, da in den unterschiedlichen Lebensabschnitten eines Produkts die Umwelteigenschaften qualitativ extrem differieren können. Wird dies nicht berücksichtigt oder zumindest offen dargestellt, sind Umweltaussagen zu dem Produkt unter Umständen irreführend.

Die Forderung nach Nachvollziehbarkeit und Transparenz (C6, C7) beinhaltet eine schlüssige Herleitung der Vergabekriterien aus den ökologischen Anforderungen sowie eine transparente Kommunikation der Anforderungen, einschließlich möglicher Sanktionierungsmaßnahmen bei Verstößen. Dies dient nicht nur der Planbarkeit (A1) sondern auch der Glaubwürdigkeit (B2) eines Labels.

Dass die Kriterien weder innovations- noch handelshemmend sein dürfen (C8, C9), ist zum einen der Akzeptanz bei den Herstellern und Händlern geschuldet, trägt aber auch den Bedürfnissen der Kundschaft Rechnung, aktuelle Produktneuentwicklung für alle zugänglich anzubieten.
Es sollen keine Kriterien formuliert werden, die entweder nicht erfüllbar sind (es sei denn, es geht um wissenschaftlich anerkannte k.o.-Kriterien) oder auf dem Markt

[51] vgl. Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit / Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. / Umweltbundesamt (Hrsg.), 2014, S. 18

entsprechende Produkte nicht existieren. Hier gibt es eine Wechselwirkung: Strengere Kriterien können eine Entwicklung entsprechender Produkte fördern, wenn Hersteller frühzeitig darüber informiert werden.
Die drei Kategorien Inhalte, Attraktivität und Praktikabilität stehen untereinander in wechselseitiger Beziehung. Die Entwicklung der betreffenden Arbeitspakete kann daher immer nur in steter Berücksichtigung der jeweils anderen Kategorien erfolgen.

Abb. 2 Wechselwirkungen der zu berücksichtigenden Kategorien bei den Mindestvoraussetzungen (eigene Darstellung)

2.5.2. Grundlegende ökologische Bewertungskriterien

Eine Vielzahl von produktspezifischen Bewertungskriterien basieren auf grundlegenden allgemeinen Bewertungskriterien für ökologische Produkte, die überwiegend in den Normungen DIN ISO 14020ff und DIN ISO 14040 und 14044 geregelt sind. Eine daraus resultierende übliche Kategorisierung besteht in der Aufteilung ihrer Wirkung auf Humangesundheit, Ökosystem und Ressourcen.

Unter der Prämisse der Vereinfachung stellt sich die Frage, ob man grundsätzlich auf ausgewählte Kriterien verzichten könnte. Dies würde prozessual noch vor einer Klärung der Relevanz dieser Eigenschaft bei dem entsprechenden Produkt erfolgen und wäre damit eine tendenziell subjektive Einschätzung. Auch wenn einige Produkte unter Umständen relativ eindeutig einen Ausschluss einzelner Umweltwirkungen zulassen könnten, so wären doch auch Fehleinschätzungen möglich. Damit besteht bei einer Reduktion der Kriterien die Gefahr einer zu starken Glaubwürdigkeitseinbuße.

Die konkrete Ausprägung der aus den o.g. Kategorien zu folgernden Kriterien muss anhand des spezifischen Produkts erfolgen. Gibt es für die zu beurteilenden Produkte

bereits bestehende umfangreiche Labels, so kann man auf deren Basis untersuchen, ob Vereinfachungen in Form von Verzicht oder weniger streng formulierten Kriterien definiert werden können. Existiert noch kein vergleichbares Umweltlabel, so müssen die Kriterien aufgrund dieser Grundsätze erarbeitet werden.
Beides muss aus Gründen der Glaubwürdigkeit durch ein unabhängiges kompetentes Expertenteam erfolgen. Selbst unter dieser Prämisse birgt dies noch zahlreiche weitere Hürden, wie z. B. auch unter Fachleuten umstrittene Grenzwerte von einzelnen Produkteigenschaften, die unter Umständen über die Zertifizierung von ganzen Produktklassen entscheiden können.
Eine Formulierung, der alle Beteiligten zustimmen können, hat zwar den Nimbus des kleinsten gemeinsamen Nenners, jedoch ist dies nachhaltiger als eine Definition, die von einem oder wenigen Interessensvertretern nicht mitgetragen werden kann.

Beispielhaft seien hier die im Jahr 2014 vom Umweltbundesamt (UBA) entwickelten vereinfachten Umweltbewertungen („VERUM")[52] unter Berücksichtigung mehrerer Zielsetzungen erwähnt. Zum einen sollte aktuellen Verschiebungen in der Schwerpunktsetzung bei ökologischen Eigenschaften Rechnung getragen werden. Zum anderen sollten in kurzer Zeit und häufig auf einer nur beschränkt vorliegenden Datengrundlage Abwägungen im Zuge von politischen Entscheidungsprozessen getroffen werden können. Dies erfolgt beispielsweise auch unter dem Gesichtspunkt, dass Verbesserungen in einer Belastungskategorie durch Verschlechterungen in einer anderen erkauft werden. Dabei wird der Grundsatz verfolgt, dass eine Vereinfachung nach den gleichzeitig verfolgten Maßgaben „so gut wie möglich" und „Anwendbarkeit vor Genauigkeit" vertretbar ist, wenn die Unzulänglichkeiten konsequent offengelegt werden. Es geht speziell um die dem UBA zugeordnete Erfüllung einer rein ökologischen Bewertung, ohne Einbeziehung von ökonomischen oder sozialen Aspekten. Dabei wurden fünf generelle Belastungsarten (mit 15 spezifische Belastungskategorien) ermittelt:

a) Chemische Belastungen;
b) Physikalische Belastungen;
c) Biologische Belastungen;
d) Ressourceninanspruchnahme;
e) Störfälle/Unfälle.

[52] vgl. UBA 2014

Diese Kriterien incl. der Belastungskategorien sind im Wesentlichen mit denen in den entsprechenden Normungen üblichen vergleichbar. Grundsätzlich unterscheidet sich aber die Art der Bewertung. Diese erfolgt notfalls rein qualitativ, wenn keine quantitative Prüfung möglich oder unter den gegebenen Zielsetzungen zu aufwändig ist. Interessant bei dieser Betrachtungsweise ist, dass das UBA im Rahmen von VERUM keine Gesamtbewertung anstrebt, da sich die Beurteilungen innerhalb der Kategorien (mit fünf Belastungsklassen: „keine", „geringe", „mäßige", „hohe" und „nicht tolerierbare Belastung") schwer auf eine einheitliche Bewertung zusammenführen lassen. Vielmehr soll es für unterschiedliche Anwendungsbereiche dem Nutzer überlassen bleiben, welche Schwerpunkte er setzen möchte (siehe dazu 5.3.2.1).

Ein weiteres Thema der grundlegenden Bewertung stellen die Umweltwirkungen während der Nutzungsphase und ihr Verhältnis zu denjenigen, während der gesamten Lebensdauer dar. So liegt der Anteil der Herstellungsphase einer Kompaktleuchtstofflampe an den Umweltwirkungen über den gesamten Lebensweg dieses Produktes lediglich bei 5 % (in Abhängigkeit des genutzten Strommixes).[53] Bei anderen Produkten wie Lebensmittel oder Kleidung dagegen spielt die Nutzungsphase eine wesentlich untergeordnetere Rolle. Die Bewertung dieses Sachverhaltes könnte nur bei vollständigen Ökobilanzen über die gesamte Lebensdauer zum Ausdruck kommen. Trotzdem wäre auch bei einer vereinfachten Bewertung eine Aussage darüber in solch eklatanten Fällen anzustreben.

2.5.3. Abgrenzung gegenüber weiteren Kriterien

Im Zuge dieser Arbeit werden ausschließlich Umweltlabel betrachtet, deshalb ist eine Abgrenzung zu Nachhaltigkeitslabels notwendig. Nachhaltigkeitslabels bewerten ökologische, soziale und ökonomische Nachhaltigkeitseigenschaften, Umweltlabels fokussieren dagegen ihre Kriterien auf die rein ökologischen Eigenschaften.
Dabei gibt es in der Abgrenzung Graubereiche. Bei einem Produkt mit einer kürzeren Lebensdauer oder funktionalen Nachteilen (Einbußen bei der Gebrauchstauglichkeit) im Vergleich zu einem konventionellen Produkt, wäre eine Höchstbewertung in einem ökologischen Bewertungssystem zumindest fragwürdig. Vor allem wenn konkrete ökologische Vorteile durch Nachteile in der Nutzungseffizienz erkauft werden, muss dies dem Nutzer transparent kommuniziert werden.

[53] vgl. Berger, M. / Finkbeiner M. 2014

Dagegen gibt es weitere Kriterien, die zwar ebenso erstrebenswert wären, die jedoch für eine rein ökologische Bewertung im engeren Sinne weniger Relevanz haben. Diese können z. B. sein:

- soziale Kriterien bei der Herstellung;
- fairer Handel;
- korrekte Versteuerung von Gewinnen;
- ästhetische Gesichtspunkte.

Bei einem reinen Umweltlabel werden diese Kriterien nicht berücksichtigt.

Es ist also ebenfalls Aufgabe des Prüfgremiums zu definieren, welche Eigenschaften, die einen indirekten Einfluss auf die ökologischen Eigenschaften haben, die so maßgeblich sind, dass sie bei der Zertifizierung berücksichtigt werden sollen. Je nach Produkt und Marketingkonzept des Labelinhabers kann dies unterschiedlich eng oder weit gefasst werden. Eine Zusammenarbeit mit entsprechenden Organisationen (z. B. des Verbraucherschutzes) für allgemeine Produktbewertungen kann dabei hilfreich sein.

2.5.4. Arten der Kennzeichnung und der Kriteriengewichtung

Für eine Zertifizierung kommen verschiedene Arten der Kennzeichnung und der Kriteriengewichtung in Frage:

a) Addition der „Erfüllt"-Kriterien: Einfachste Art einer Zertifizierung ist die bloße Ermittlung der Anzahl der erfüllten Kriterien. Bei einer definierten Anzahl wird die Zertifizierung erteilt. Eine Variante stellt die Möglichkeit dar, k.o.-Kriterien zu definieren, die auf jeden Fall erfüllt sein müssen. Auch kann vorgesehen werden, dass durchgängig alle Kriterien erfüllt sein müssen. Diese Arten der Zertifizierung bieten nur sehr eingeschränkte Gewichtungsmöglichkeiten. Werden Kriterien zu streng ausgelegt, so besteht die Gefahr einer Markteinschränkung. Diese Art der Kennzeichnung eignet sich eher für Bewertungen weniger einfacher Sachverhalte (z. B. Regionalitäts-Label).

b) Beim Scoring-Prinzip wird die Zertifizierung bei Erreichen einer bestimmten Punktzahl erteilt. Hier muss darauf geachtet werden, dass wesentlichen Kriterien nicht gegeneinander aufgerechnet werden. Dafür muss die zu erreichende Gesamtpunktzahl dementsprechend hoch angesetzt sein oder besser das Bewertungssystem mit k.o.-Kriterien kombiniert werden. Dieses System eignet sich

wesentlich besser für die Komplexität eines Umweltzeichens. Es können differenzierte Gewichtungen vorgenommen werden.

c) Eine weitere Art der Kennzeichnung stellen Labels mit verschiedenen Entwicklungsstufen dar. Dabei muss jedoch berücksichtigt werden, dass die niedrigste Stufe („Bronze") meist nicht verwendet wird, da dies einer Negativauswahl gleich kommt. Vorteilhafter wäre es, ein Standard-Label durch Zusatzkriterien aufzuwerten, die dann die Vergabe eines „plus-Standards" erlauben würden. Dies würde jedoch nur bei einer Neuauflage eines Labels mit zwei Stufen funktionieren.

Es liegt dem hier betrachteten Ziel einer neu zu entwickelnden vereinfachten Zertifizierung inne, dass das bereits existierende Standardlabel das höherwertige Label wäre. Damit entfällt die Möglichkeit der Etablierung eines „plus-Standards". Es besteht die Gefahr, dass das neue Label aus Marketing-Sicht einen abwertenden Charakter erhält („Billigausgabe" des bestehenden Labels). Des Weiteren zeigen existierende mehrstufige Klassifizierungssysteme, wie z. B. das Nummernsystem für Eier aus verschiedenen Haltungsarten, dass die Verbraucher auch viele Jahre nach der Etablierung Schwierigkeiten haben, die Unterschiede zu verstehen.[54] Dies könnte jedoch gegebenenfalls bei einer gänzlich neuen Kennzeichnung genauso der Fall sein.

Eine für den Erfolg unabdingbare Abhilfe muss deshalb eine möglichst prägnante Darstellung der Mehrstufigkeit schaffen. Möglicherweise ist selbst bei einer Kooperation die Vermarktung mit eigenem Namen und Logo beziehungsweise einer geschickten Kombination mit der Grafik des Kooperationslabels vielversprechender. Gefahr dabei ist, dass die Vorteile einer solchen Zusammenarbeit, etwa die Eindämmung der Labelvielfalt, dann nur zum Teil und vor allem für die hochinvolvierten Beteiligten öffentlichkeitswirksam werden könnten.

2.5.5. Art der Auskunftserhebung unter Berücksichtigung der Vereinfachung

Oft schlagen sich die laufenden Überprüfungsverpflichtungen mit den dazugehörigen Dokumentationsaufgaben erheblich auf die Personalkosten nieder. Die Häufigkeit der Überprüfungszyklen sind nach Aufwand und Nutzen genauso kritisch abzuwägen, wie die Entscheidung, ob und in welchem Rhythmus Stichproben erfolgen müssen und wer diese durchzuführen hat.

[54] vgl. Meyer-Höfer M./Spiller A. 2016, S. 83

Die Art der Auskunftserhebung steht dabei in einem gewissen Spannungsverhältnis zur Praktikabilität der Erhebung. Entscheidend ist, ob die Daten lediglich mittels Selbstauskunft erbracht werden, oder ob diese von unabhängiger Seite überprüft werden.
Das Risiko eines Missbrauchs ist besonders hoch, wenn der monetäre Anreiz bei einer Labelnutzung (also die Preisdifferenz zwischen den Märkten) besonders hoch, die Wahrscheinlichkeit des Entdecktwerdens besonders niedrig und die damit verbundene Sanktion nicht sehr schwerwiegend wären.

Die „Neue Institutionenökonomik" beschreibt das moralische Risiko, das bei einer Informationsasymmetrie auftreten kann, als Moral Hazard. Diese Gefahr eines opportunistischen Verhaltens ist abhängig von:

- dem Aufwand eines korrekten Verhaltens;
- dem Wahrscheinlichkeitsgrad einer Aufdeckung;
- den damit verbundenen Nachteilen.

Die Moral-Hazard-Theorie, die auch in der Umweltpsychologie diskutiert wird, bildet die Grundlage für eine risikobasierte Auditierung. Dabei werden die wesentlichen Schwachstellen für ein mögliches opportunistisches Verhalten systematisch analysiert und deren Eintrittswahrscheinlichkeit eingeschätzt. Durch gezielte Anpassung der Prüfungsarten und -rhythmen kann der Wahrscheinlichkeitsgrad für eine Aufdeckung relevant erhöht werden, ohne dass der Prüfaufwand generell unbedingt gesteigert werden müsste.[55]
Das ermöglicht die Zuordnung von Betrieben oder Produkten zu unterschiedlichen Risikokategorien, die wiederum Prüfungsart, -häufigkeit und -schwerpunkte bestimmen. Bei einem solchen Vorgehen wäre es denkbar, Risikokategorien von Kriterien festzulegen, bei denen eine Selbstauskunft als ausreichend definiert wird. Eine Zuordnung in diese Kategorie könnte z. B. ausgeschlossen werden, wenn bei einer Volldeklaration humantoxikologische Wirkstoffe aufgeführt sind.
Anstelle von standardisierten Prüfchecklisten, deren einzelne Punkte in gleichbleibender Intensität abgearbeitet werden, gibt es beim risikobasierten Audit während der Zertifizierungslaufzeit veränderliche und risikoorientierte Prüftermine mit unterschiedlichen Schwerpunkten. Dies erfordert eine entsprechende Kompetenz der Auditoren.

[55] vgl. Neuendorff J., 2016, S.472 ff

Eine weitere Möglichkeit kann der Austausch zwischen Kontrollstellen sein, um die Überwachung des Lebenszyklus entlang der Wertschöpfungskette zu ermöglichen.
Je nach Produkt ist gegebenenfalls eine Einsichtnahme in Buchführung und Steuerunterlagen aufschlussreich. Alle ohnehin vorliegenden Informationen müssen genutzt, zusätzlicher Verwaltungsaufwand für das Erfassen in gegebenenfalls nur veränderter Form vermieden werden.
Eine möglichst weit greifende Statistik über die Abweichungshistorie der speziellen Branche oder Produktkategorie kann ebenfalls zu einer verbesserten Risikoeinschätzung verhelfen.
Eine Erkenntnis der letzten Jahre zeigt zudem, dass immer umfangreichere Prüfprogramme nicht automatisch zu einer wirksameren Prüfung führen. Solche Erfahrungen der Kontrollstellen müssen unbedingt bei einer Neuentwicklung nutzbar gemacht werden.[56]

An dieser Stelle können auch die Erfahrungen mit Zertifizierungen im Lebensmittelbereich aufgeführt werden. Der höhere Anspruch bei Label wie demeter, Bioland oder Naturland wird im Vergleich zum EU-Biosiegel überwiegend durch inhaltlich strengere Kriterien begründet und weniger auf einfachere oder seltenere Kontrollen der Prüfstellen.[57]
Aufschlussreich ist in diesem Zusammenhang auch eine Evaluierung des Ökologischen Landbaus in Bayern. Diese ergab, dass Betriebsumstellungen meist aus ökologischen und persönlichen Überzeugungen und weniger aus ökonomischen Motiven erfolgen.[58] Bei den Rückumstellungen werden hingegen nicht eingetretene ökonomische Erwartungen genannt. Darüber hinaus werden aber auch als zu streng oder kompliziert wahrgenommene Kontrollen aufgeführt, häufig wechselnde Kriterien, Richtlinienverschärfungen, die nur mit höheren Investitionen realisierbar wären sowie unangemessenes Verhalten unerfahrener Kontrolleure.
Vor diesem Hintergrund wird die Relevanz einer entsprechend fachlich fundierten Kontrolle sowie einer nachvollziehbaren und gut kommunizierten Fortschreibung der Kriterien[59] deutlich (siehe 2.5.6).

[56] vgl. Neuendorff J., 2016, S. 473
[57] vgl. Umweltinstitut München, 2014, S. 1
[58] vgl. Bayr. Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten, 2013, S. 79
[59] vgl. Bayr. Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten, 2013, Tab. 71

2.5.6. Fortschreibung der Vergabekriterien

Die Vergabekriterien müssen laufend mit dem technischen Fortschritt abgeglichen und aktualisiert werden, damit die Zertifizierung nicht an Anspruch verliert. Dies kann z. B. aus folgenden Gründen notwendig sein:

- Einbeziehung neuer Forschungsergebnisse (z. B. Grenzwerte, Erkenntnisse über das Gefährdungspotential);
- Verbesserungen, die auf dem Markt bereits üblich sind;
- Berücksichtigung neuer gesetzlichen Regelungen.

Dabei gilt es, die notwendigen Änderungen vorzunehmen und gleichzeitig den bisherigen Labelnehmern die Chance zu geben, diese Kriterien auch erfüllen zu können. Das erfordert einen intensiven Austausch mit den Fachleuten der Branche und den Produktherstellern. Es müssen darüber hinaus aber auch ein angemessener Zeitraum für die Rezertifizierung angesetzt und eine dabei unterstützende Beratung angeboten werden. Der damit verbundene Aufwand muss bei der Kalkulation der Zertifizierungspreise mit einfließen.

2.5.7. Berücksichtigung von evtl. nachteiligen Aspekten von Umweltlabels

Bei allen positiven Gesichtspunkten von Umweltzertifizierungen gibt es zugleich Entwicklungen, die kritisch betrachtet werden. So kann beispielsweise eine zu große Label-Vielfalt eher Verwirrung als Entlastung beim Verbraucher bewirken. Die qualitativen Unterschiede der verschiedenen Label kann der Endkunde häufig nicht oder nur unter Inkaufnahme hoher Informationskosten durchschauen. Es besteht die Gefahr, dass der Wert von Umweltzeichen mit zunehmender Anzahl inflationär abnimmt.[60] [61] Wie in der Studie von Teufel et al[62] festgestellt wurde, ist die Labelvielfalt soweit fortgeschritten, dass die Neueinführung von (Nachhaltigkeits-)Label hinsichtlich des Marketingvorteils aufgrund verbesserter Konsumenteninformation kritisch gesehen wird. Vorteilhafter wird eine Fortentwicklung oder Ausweitung bestehender Labels eingeschätzt.

Zahlreiche Anbieter schaffen Umweltzeichen, mit denen sie sich durch eine Einzelpositionierung am Markt einen Vorteil erhoffen. Wäre gewährleistet, dass alle Umweltzei-

[60] vgl. Hansen, U. S. 414
[61] vgl. Beispiele nach Friedel R./ Spindler E. 2016, S.555: Lebensmittel über 450 Systeme in der EU, Nachhaltigkeit über 500 Systeme weltweit, Öko-Textilien über 50 Siegel weltweit, Nachhaltige Biomasse gemäß EU-Biomasse-VO über 15 Systeme weltweit
[62] vgl. Teufel, J./ Rubik F./ Scholl, G./ Stratmann, B./ Graulich, K./ Manhart, A. 2009

chen qualitativ hochwertig sind, so besteht aus Marketingsicht immer noch die Gefahr einer Inflationierung, der Positionierungsvorteil einer Auszeichnung ist entsprechend geringer. Ist dies nicht der Fall, so wirkt das dem Vereinfachungsbedarf des Konsumenten entgegen, da er sich dann die Informationen zu den unterschiedlichen Qualitäten der Label beschaffen muss.[63] Dies bedeutet zwar immer noch geringere Informationskosten im Vergleich zu einem labelfreien Markt, aber einen höheren Aufwand als bei wenigen klar unterscheidbaren Umweltzeichen.

Vor diesem Hintergrund ist eine eingehende Prüfung unabdingbar, in welchen Punkten genau sich das neue Label von bestehenden unterscheiden soll. Gibt es eine kritische Menge an Unterscheidungsmerkmalen, so ist ein separates Label sinnvoll. Unterscheidet sich das neue Label jedoch nur in einigen wenigen Punkten, so stellt sich die Frage, ob die eigene Zielsetzung nicht besser im Zuge einer Kooperation mit einem bestehenden Labels zu erreichen ist, bei dem diese Unterscheidungsmerkmale deutlich dargestellt werden.

Hinzu kommt, dass die Bekanntheit für den Erfolg eines Labels eine wesentliche Rolle spielt. Eine hohe Labelanzahl führt zu einer eingeschränkten Verbreitung des einzelnen Labels und damit zu einer geringeren Bekanntheit gerade der kleinen Labels.

[63] vgl. Hansen/Kull 1996 S. 414

3. ÖkoPlus: Definition der Bedürfnisse der Beteiligten und der Metakriterien

Um den Anwendungsfall ÖkoPlus im Detail bewerten zu können, sollen zunächst einige grundlegende Fakten über die Organisationsform und Finanzierung des Verbandes dargelegt werden.

ÖkoPlus wurde als Aktiengesellschaft gegründet, der Aktienbesitz verteilt sich auf Händler und auch einige Hersteller. ÖkoPlus-Händler bestellen ihre Ware über den Verband. Bei jeder Bestellung wird ein prozentualer Anteil (2%) der Bestellsumme von den Herstellern an ÖkoPlus abgeführt, so dass ein Großteil der Einnahmenseite von ÖkoPlus durch die Hersteller finanziert wird.

Folgende Gegenleistungen können dafür in Anspruch genommen werden:

- Vermarktungsförderung (z. B. Sonderaktionen über die ÖkoPlus-Plattform);
- vergünstigte Beratungsangebote bei Neugründungen oder Umorientierungen des Geschäftsfeldes;
- Teilnahme an Seminaren und Arbeitsgruppen;
- Regelmäßige Informationen (Verbundnachrichten);
- Fachlicher Austausch in Regionalgruppen, Teilnahme am jährlichen „Branchentag".

Die zweiprozentige Umsatzbeteiligung ist vergleichbar mit einer bei Zertifikaten üblichen Lizenzgebühr. Bisher entstehen für eine Zertifizierung eines Produktes bei ÖkoPlus beim Hersteller keine weiteren Kosten.

Im Gegensatz zur bisherigen Ausrichtung sollte eine Zertifizierung von ÖkoPlus idealerweise nicht nur den Öko-Baufach- bzw. Öko-Heimwerkermärkten dienlich sein, sondern auch dem Baustoffgroßhandel sowie allen Planern und Architekten, deren Interessen bei der Entwicklung unbedingt mit einbezogen werden müssen. Erstaunlicherweise wurde im Entwicklungsprozess des natureplus-Labels die Gruppe der Planer bei der Stimmenverteilung im Trägerverein unterrepräsentiert.[64]

3.1. ÖkoPlus: Bedürfnisse des Endkunden

Die unter 2.1 allgemein formulierten Anforderungen gelten auch im Falle von ÖkoPlus.

[64] vgl. Mötzl H. et al 2001, S. 23

a) Das Label muss glaubwürdig sein.
b) Die Bewertungskriterien und Mindestvoraussetzungen müssen transparent und wissenschaftlich belegt sein.
c) Die Zusammensetzung des Beurteilungsgremiums muss offen gelegt, dessen Kompetenz und Unabhängigkeit nachgewiesen sein.
d) Die bewerteten Eigenschaften müssen für den Endkunden persönlich relevant und attraktiv sein.
e) Das Label muss den notwendigen funktionalen Qualitäten Rechnung tragen (siehe auch 2.5.3.)
f) Das Label muss bekannt, die dazugehörige Grafik einprägsam sein.
g) Das Label muss die implizierten Nachteile klar benennen.

Eine Sondergruppe der Endkunden für Bauprodukte stellen die Einkäufer der öffentlichen Hand dar. Diese müssen die Produkte herstellerneutral und ohne Handelshemmnisse EU-weit beschaffen. Bis 2014 war es nicht erlaubt, bei Ausschreibungen Gütezeichen als Voraussetzung zu beschreiben. Seit 2014 ist dies zwar erlaubt, jedoch müssen dann sämtliche Anforderungen des Labels erfüllt werden, was häufig die Festlegung auf ein einziges Gütezeichen bedeutet. Sind dagegen die Kriterien eines Labels klar und transparent benannt, so können beispielsweise diejenigen Kriterien selektiert werden, die von mehreren Umweltzeichen erfüllt werden.[65] Auch deshalb sollte auf Transparenz ein besonderer Fokus gelegt werden.

Im Unterschied zu anderen Produkten handelt es sich bei Bauprodukten um meist langfristige Anschaffungen, die mit höheren Geldausgaben verbunden sind als alltägliche Konsum- und Verbrauchsgüter. Zudem gibt es auf dem Lebensweg von Bauwerken eine große Anzahl von Mitwirkenden, auf die sich die Entscheidungsprozesse verteilen. Entscheider sind also nicht immer zugleich Nutzer des Produkts.[66]
Daraus resultieren weitere spezielle Zielgruppen von Umweltzeichen für Bauprodukte: zum einen professionelle Bauherren wie Projektentwickler, zum anderen Planer und Architekten. Diese sind zwar nicht im engeren Sinne Endkunden, jedoch fungieren sie an einer entscheidenden Schnittstelle zwischen Hersteller und Endkunden: sie planen. Da für alle Bauvorhaben, die nicht in Eigenleistung entstehen, die eigentliche Weichenstellung der Produktauswahl in der Planungsphase stattfindet, haben Architekten eine Art gatekeeper-Funktion. Architekten treffen in Abstimmung mit den Bauherren

[65] vgl. natureplus e.V., 2015, S. 3
[66] vgl: Umweltbundesamt (Hrsg.), 2000, S. 1

die Auswahl der zu verarbeitenden Bauprodukte. Bezieht man ihre Bedürfnisse zielgerichtet mit ein, so erreicht man damit eine maßgebliche Multiplikatorenwirkung. Bezüglich ihrer Bedürfnisse sind Architekten in die Gruppe der hoch involvierten Konsumenten einzuordnen, die einen hohen Anspruch an die zur Verfügung gestellten Informationen zu den funktionalen Qualitäten haben. Schon aus Haftungsgründen haben sie darüber hinaus ein großes Eigeninteresse, genaue Kenntnisse über implizierte Nachteile im Vergleich zu konventionellen Produkten zu erfahren. Das legt einen weiteren Schwerpunkt auf eine besonders hohe Transparenz bei den Kriterien. Darüberhinaus kann bei einer gut organisierten Einbindung das Know-How dieser Berufssparte durch Rückmeldungen und Erfahrungsaustausch auf z. B. bei Fachgremien, Messen genutzt werden.

Bauprodukte sind damit häufig High-Involvement-Produkte. Demzufolge dürfte auch die Relevanz der Schwerpunktsetzung auf einzelne Eigenschaftskategorien ausgeprägter sein (Schadstofffreiheit, Energieverbrauch oder Ressourcenintensität), als bei der Anschaffung von kurzlebigen Gütern.

3.2. ÖkoPlus: Bedürfnisse des Herstellers

Auch hier gelten die unter 2.2 beschriebenen allgemein gültigen Bedürfnisse.
Auf der Aufwandseite sind dies die Planbarkeit des Zertifizierungsvorgangs, Kenntnis über den Zeitbedarf und die Kosten, die in einer angemessenen Relation zum Nutzen stehen müssen. Optimalerweise sind die Zertifizierungsbedingungen und Kosten mittels Internet, Flyer oder Infobroschüren veröffentlicht.

Auf der Nutzenseite ist für die Hersteller von Bauprodukten der bereits unter 3.1 beschriebene Sachverhalt hinsichtlich des Einsatzes der Produkte bei öffentlichen Bauvorhaben relevant.
Weiter ist die Einschätzung einer künftigen Gesetzgebung von Belang. Steht zur Diskussion, ob für die Erteilung von Fördergeldern des nachhaltigen Bauens künftig verstärkt auch die Umwelteigenschaften der Baumaterialien bewertet werden (Stichwort Ressourcenwende, siehe auch 3.4.2), so kann ein Produzent sich mit einer frühzeitigen Zertifizierung einen Vorsprung verschaffen.

Nachdem der Bekanntheitsgrad von zertifizierten ökologischen Bauprodukten nach wie vor relativ gering ist, ist der Vorteil der Partizipation an einer gemeinsamen Öf-

fentlichkeitsarbeit besonders wirksam. Das Label stellt gleichzeitig eine Werbemaßnahme für das konkrete Produkt dar (Zielkongruenz).
Beim Anwendungsbeispiel von ÖkoPlus existiert noch ein weiterer wesentlicher Vorteil für den Hersteller: Die erfolgreiche Zertifizierung bedeutet eine Aufnahme in das Sortiment der ÖkoPlus-Baumärkte und damit eine Erschließung neuer Absatzwege.

3.3. ÖkoPlus: Bedürfnisse der Händler

Im Anwendungsfall ÖkoPlus spielen die Händler eine besondere Rolle, da sie sich unter dem Dachverband des Labelinhabers zusammengeschlossen haben.
Die ÖkoPlus-Zertifizierung stellt ein Produktauswahlkriterium für die unter dem Dachverband organisierten Öko-Baumärkte und damit eine Service-Leistung des Verbandes für seine Mitglieder dar. Den Händlern wird so eine schnelle Zusammenstellung ihres Sortiments ermöglicht, incl. der Organisation für die Beschaffung.
Der ÖkoPlus-Händler ist zugleich Fachexperte, das bedeutet, dass die Ansprüche an das Label relativ hoch sind.
Die Händler versprechen sich darüber hinaus durch das Label eine verbreiterte Plattform für Werbung und Marketing und damit eine Erhöhung des Bekanntheitsgrades ihrer Waren. Hersteller bieten über die gemeinsame Plattform Sonderaktionen an, von denen auch die Händler profitieren.
Einen Sonderfall stellt das Anwendungsbeispiel insofern dar, als sich das Label – zumindest bislang – nicht in einer mit konventionellen Produkten gemischten Einzelhandelsstruktur gegen diese Konkurrenz durchsetzen muss. Dies könnte sich jedoch künftig ändern. Wenn eine strategische Entscheidung in dieser Richtung getroffen wird, so sind auch die Bedürfnisse der konventionellen Händler zu berücksichtigen. Dann wäre ein verstärkter Bedarf für Schulungen der künftigen Händler und die Bereitstellung von umfassendem Informationsmaterial vonnöten, damit die Händler ihrer Beratungsfunktion kompetent gerecht werden können.

3.4. ÖkoPlus: Bedürfnisse des Labelinhabers – Zielsetzung und Strategie

Übergeordnet gelten die unter 2.4 genannten Bedürfnisse des Labelinhabers auch für den Anwendungsfall ÖkoPlus.

3.4.1. Strategische Zielsetzung

Aktuell gibt es in Deutschland nur sehr wenige umfassende Öko-Zertifizierungen von Bauprodukten. Neben einer Vielzahl von produktspezifischen Labels (z. B. Holz, Teppiche) oder Labels für einzelne Abschnitte des Produkt-Lebensweges (insbesondere

Schadstofffreiheit während des Gebrauchs) gibt es nur wenige Zertifizierungen über den gesamten Lebenszyklus für mehrere Produktkategorien, darunter auch ÖkoPlus. Der internationale Verein natureplus bietet hier die umfassendste Zertifizierungsmöglichkeit, die darüberhinaus Nachhaltigkeitsaspekte mit einschließt. Gleiches gilt für das österreichische Institut IBO, das mit natureplus kooperiert.
Die Zertifikate von beispielsweise eco-institut und IBR (Instituts für Baubiologie Rosenheim GmbH) legen ihren Schwerpunkt auf die Schadstofffreiheit. Aspekte der Ressourcenschonung, des Energieverbrauchs und Klimaschutzes während der Produktion bleiben dabei im Wesentlichen nachrangig.

Wie bereits beschrieben sind mit den umfassenden Zertifikaten (natureplus , IBO) für den Labelnehmer relativ hohe Kosten verbunden. Auch wenn diese in Anbetracht der umfangreichen und sorgfältigen Prüfung angemessen sind, hat es doch zur Folge, dass überwiegend Produkte großer Unternehmen zertifiziert sind, deren Kerngeschäft eher im Bereich konventioneller Produkte liegt und die zum Zwecke der Produktdiversifizierung auch einige Öko-Produkte im Portfolio haben. Kleine und mittlere – oft ausschließlich ökologisch produzierende – Unternehmen sind dagegen so gut wie gar nicht vertreten. Die Entwicklung eines vereinfachten Zertifizierungsprozesses in dieser Produktkategorie wäre daher besonders lohnend.

ÖkoPlus möchte gerade für diese Zielgruppe eine Zertifizierung anbieten, die qualitativ hochwertig ist, jedoch kostengünstiger durchführbar sein soll. Darüber hinaus gibt es weitere Zielsetzungen:

a) Erhöhung des Bekanntheitsgrades von ökologischen Baustoffen: Von einer kostengünstigen Zertifizierung verspricht man sich eine höhere Anzahl an zertifizierten Produkten. Dies stärkt nicht nur den ökologischen Effekt, sondern auch den Stellenwert des Verbandes.
   Ergänzend sei erwähnt, dass das ÖkoPlus-Label produktgebunden ist, die Hersteller können also die Ware auch in anderen Baumärkten (nicht nur ÖkoPlus-Märkten) vertreiben, was aus Marketing-Sicht einer Verbreiterung der Kundenbasis dient.
b) Die Zertifizierung soll die Entwicklung und Etablierung neuer ökologischer Baustoffe am Markt fördern. Gerade für Hersteller neuer Produkte ist eine umfassende Zertifizierung oft zu teuer. Zudem ermöglicht die Rückmeldung von Schwachstellen des Produkts an den Hersteller eine Verbesserung und Professionalisierung.

c) Eine transparente Darlegung der Bewertungskriterien dient auch der Verbreitung von Fachwissen, was wiederum das Umweltbewusstsein gesellschaftlich schärft.
d) Ein eigenes Umweltlabel soll den Status des Verbands bei der Lobbyarbeit verbessern. Die Präsenz des Verbandslogos auf möglichst vielen Produkten auf dem Markt versinnbildlicht die hinter dem Verband stehende Marktmacht.
e) Das Label mit möglichst vielen Produkten könnte Händler dazu bewegen, ÖkoPlus beizutreten und die damit verbundenen Vorteile zu nutzen.
f) Produkte der Baubranche haben häufig schon von ihrer Funktionalität her eine relativ hohe Komplexität. Eine Vereinfachung der Informationen über die ökologischen Eigenschaften ist für den Endkunden daher besonders hilfreich. Das bedeutet aber auch eine hohe Anforderung an die Fachkompetenz des Prüfgremiums.
g) Das Label sollte durch die Transparenz der Kriterien die bestehende Informationsasymmetrie (siehe 1.1) so abbauen, dass ein wirtschaftlicher Vorteil nicht nur für die Hersteller, sondern auch für die zusammen geschlossenen Händler entsteht. Da die Verbandsbeiträge von ÖkoPlus umsatzabhängig sind, so hat dadurch ÖkoPlus indirekt ebenfalls einen Vorteil.

Die Verbandsinteressen müssen zwingend aus Verbrauchersicht betrachtet und die entsprechenden Folgerungen daraus gezogen werden. So könnten z. B. die unter e) und g) genannten Sachverhalte zugleich eine vertrauensschädigende Wirkung auf das Label haben, da der Labelinhaber einem gewissen Interessenskonflikt ausgesetzt ist (je mehr ÖkoPlus-zertifizierte Produkte, desto höher die Umsatzbeteiligung). Da die Umsatzbeteiligung jedoch vergleichsweise gering ist, würde ÖkoPlus mehr Schaden von einer leichtfertigen Labelvergabe (Imageverlust des gesamten Labels) als finanziellen Gewinn (Umsatzanteile einiger weniger Produkte) haben.
Dieser Sachverhalt zeigt, dass derartige Themen unbedingt öffentlich dargelegt werden müssen. Die Anforderungen an Transparenz und Unabhängigkeit bei der Bewertung sind durch diese spezielle Konstellation besonders hoch.

3.4.2. Finanzielle Interessen

Darüber hinaus wird aus bereits genannten Gründen eine Minimierung des Aufwands bei der Kriterienentwicklung auch für den Labelinhaber angestrebt. Eine Möglichkeit dafür stellt die Zusammenarbeit mit gemeinnützigen oder staatlichen Organisationen dar, aber auch Forschungseinrichtungen mit einem entsprechenden Eigeninteresse, die aufgrund ihrer Kernaufgaben unentgeltlich oder gegen geringes Honorar mitwirken würden. Beispiele:

- Verbraucherschutzorganisationen;
- Vereine;
- Universitäten;
- Forschungseinrichtungen mit gleichartigen Zielen, wie z. B.
  - EGGBI (Europäische Gesellschaft für gesundes Bauen und Innenraumhygiene);
  - Fraunhofer Institut;
  - Deutsche Umwelthilfe (bislang eher zurückhaltend im Bausektor engagiert);
  - Fachagentur für Nachwachsende Rohstoffe.

Um die Kosten für Labelnehmer und –inhaber weiter zu reduzieren, sollte geprüft werden, inwieweit öffentliche Fördergelder für Zertifizierungsaufwendungen rekrutiert werden könnten. Da seitens der Bundesregierung eine „Ressourcenwende"[67] [68] [69] diskutiert wird, wäre dies ein Baustein, um ressourcenschonende Produkte nicht nur zu identifizieren, sondern diese auch öffentlichkeitswirksam in einen übergeordneten Zusammenhang zu bringen.[70] Ein neues Label könnte Anlass sein, um die Bereitstellung von öffentlichen Fördergeldern für eine derartige Zertifizierung zu forcieren. Es sollte in staatlichem Interesse sein, dass ein dahingehendes unabhängiges Labeling existiert.
Als positives Beispiel sei hier der „Nordic Swan" genannt, das Umweltzeichen nach DIN 14024/Typ I des Nordischen Ministerrates[71]. Finanziert wird die Zertifizierung neben den Gebühren für die Labelnehmer auch durch öffentliche Gelder.
Ein möglicher Nachteil besteht in der Gefahr einer vergleichsweise starken Bürokratisierung bei der Abwicklung. Außerdem stellt dies eine eher langfristige Option dar, da eine solche Förderung bislang nicht existiert. Nichtsdestotrotz sollte diese Möglichkeit vorangetrieben werden.

3.4.3. Positionierung zu bestehenden Umweltzeichen

Gemäß der in 2.4.3 dargelegten Unterteilung müssen die bereits existierenden Umwelt- (oder auch Nachhaltigkeits-) Zeichen unter folgenden Gesichtspunkten beurteilt werden:

[67] vgl. Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (Hrsg.) 2016, S. 5
[68] vgl. Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit, 2016
[69] vgl. Öko-Institut 2016
[70] vgl. Arbeitsgemeinschaft kontrolliert deklarierte Rohstoffe im Auftrag der Deutsche Bundesstiftung Umwelt, 2008, Projektkennblatt S. 1-2
[71] vgl. Nordic Ecolabelling, o.J.

- Können sich das neue Label und bestehende Labels ergänzen?
- Kann das neue Label ein bestehendes ersetzen?
- Soll das neue Label mit einem bestehenden in Konkurrenz stehen?

Um diese Fragen zu beantworten, müssen zunächst die bestehenden Labels und ihre Bewertungen analysiert werden – incl. des bisherigen Kriterienkatalogs von ÖkoPlus. Die entscheidende Hauptfrage dabei lautet: Worin unterscheiden sich die bestehenden zu dem neu zu entwickelnden Label und seinen Zielsetzungen?
Dies kann anhand folgender Detailfragen zu den bestehenden Labels erfolgen:

- Werden nur einzelne Baustoffe bewertet oder ist das Label grundsätzlich offen für alle oder mehrere Bauprodukte?
- Werden nur einzelne Umwelteigenschaften abgefragt oder erfolgt eine Bewertung über den gesamten Lebenszyklus?
- Welche Kriterien und Methoden werden angewendet? Entsprechen sie den beschriebenen Anforderungen?
- Wird die Zielgruppe der Labelnehmer durch die Kostenhöhe für eine Zertifizierung eingegrenzt?

Wenn es keine oder kaum Unterschiede zu der Ausrichtung von ÖkoPlus gibt, so wäre eine Neuentwicklung – auch hinsichtlich des übergeordneten Bestrebens einer Stärkung von Umweltbelangen – nicht zielführend.
Die bestehenden Umweltzeichen können dabei in folgende Gruppen eingeteilt werden:

a) Umweltzeichen für Bauprodukte mit einer Betrachtung aller ökologischen Kriterien während des gesamten Lebenszyklus (in dieser Kategorie gibt es Nachhaltigkeitslabel wie z. B. natureplus, IBO, das Österreichische Umweltzeichen und das bisherige ÖkoPlus-Label)
b) Umweltzeichen mit eingeschränkten Kriterien z. B.
   ba) nur für einen einzigen Rohstoff mit unterschiedlicher Schwerpunktsetzung, beispielsweise:
      - Sicherstellung einer nachhaltigen Bewirtschaftung des nachwachsenden Rohstoffes
      - Sicherstellung der Regionalität des Rohstoffs
      - energie- und wassersparende Gewinnung des Rohstoffs

   Häufig handelt es sich bei dieser Gruppe ebenfalls um Nachhaltigkeitslabels (z. B. FSC, zertifix, PEFC)

bb) nur mit eingeschränkten Kriterien oder Betrachtung lediglich einzelner Abschnitte des Lebenszyklus z. B. öko-control, Blauer Engel:
- Sicherstellung von Schadstofffreiheit während der Nutzung
- Bewertung nach relativen und nicht absoluten Gesichtspunkten (Bewertung von Verbesserungen von bislang weniger guten Produkten oder das beste Produkt innerhalb einer Produktgruppe, wie z. B. beim Blauen Engel)

Einen Sonderfall stellt das ÖkoPlus-Label selbst dar, das durch das neue Label ersetzt werden soll. Dieses Label bezieht den gesamten Lebenszyklus ein, jedoch erfolgt die Kriterienprüfung mittels Selbstdeklaration. Weiter sind die angesetzten Prüfgrößen unter Umständen nicht mehr dem Stand der Technik entsprechend. Vor diesem Hintergrund kann theoretisch der Fall eintreten, dass bislang zertifizierte Produkte nach der neuen Zertifizierung der Prüfung nicht mehr standhalten (siehe dazu 5.2).

Die darüber hinaus unter a) genannten Labels stellen in der Fachbranche renommierte Produktbewertungen dar, die nach umfassenden und anerkannten Kriterien durch unabhängige Kontrollstellen zertifizieren.
So besteht der Verein natureplus seit 2001 und hat im wesentlichen eine breite Akzeptanz, basierend auf einer umfangreichen Trägerschaft aus Umweltverbänden, Verbraucherorganisationen, Vertretern aus Handel, Handwerk und Industrie. Kritisch werden von einigen Herstellern und Händlern jedoch die von natureplus erhobenen Kosten und einige wenige umstrittene Kriterien gesehen. Auch wenn diese – wie auf dem „Branchentag 2017" von ÖkoPlus[72] – unter den Beteiligten kontrovers diskutiert werden, ist vor diesem Hintergrund eine Positionierung in grundsätzlicher Konkurrenz nicht erfolgversprechend.
Ein Ersatz steht aufgrund der bereits starken Etablierung am Markt ebenso wenig zur Diskussion. Vielmehr sollte eine Positionierung zu diesem Label einen kooperativen Charakter haben.
Dabei besteht eine Herausforderung darin, dass natureplus bezüglich der formalen Aspekte (normgerechte Kriterienentwicklung, Zertifizierungsprozesse) als anspruchsvoller als ÖkoPlus gilt, jedoch bezogen auf einige Kriteriendetails als zu wenig anspruchsvoll kritisiert wird[73]. Dies kann bewirken, dass einige sehr anspruchsvolle Hersteller eine Zertifizierung ihrer Produkte mit diesem Label ablehnen, oder Händler

[72] vgl. ÖkoPlus, 2017
[73] vgl. ÖkoPlus, 2017

diese Produkte für ihr Sortiment ausschließen. Diese Sachlage deutet darauf hin, dass bei der Formulierung der Bewertungskriterien von natureplus nicht alle interessierten Kreise angemessen berücksichtigt worden sein könnten. Gerade diese Diskrepanz muss jedoch unbedingt unter Beteiligung aller Fachleute gelöst werden, da für den Kunden eine Bewertung dieser Widersprüche noch viel weniger machbar ist. Eine Klarstellung dieser wenigen strittigen Punkte ist den übergeordneten ökologischen, aber auch den ökonomischen Zielen wesentlich dienlicher, als eine Etablierung zweier Labels, deren Unterschiede der Kunde kaum nachvollziehen kann. Das Dilemma einer Labelvielfalt wird an diesem Fall sehr deutlich.

Bei den unter b) genannten Umweltzeichen muss im Einzelfall geprüft werden, inwieweit eine Integration in das neue Label möglich wäre. So kann eine Zertifizierung vereinfacht werden, wenn einige Kriterien bereits geprüft sind und gegebenenfalls nur noch ergänzende Prüfungen erfolgen müssen. Hier gibt es bereits Kooperationen von natureplus.

Ergänzend sei hier das relative neue Umweltzeichen DINB (Deutsches Institut für nachhaltiges Bauen)[74] angeführt. Bei diesem Zertifikat steht die Baubiologie im Vordergrund. Auch hier wäre es aus Sicht der Verbraucher begrüßenswert, wenn die Unterschiede zu bestehenden Labels herausgearbeitet und gegebenenfalls erhöhte Anforderungen an die Baubiologie klar benannt und in entsprechender Beziehung zu einem bestehenden Label etabliert werden würden. Ohne entsprechende Erläuterung wird sonst der Verbraucher eher verunsichert als aufgeklärt.

3.5. ÖkoPlus: Metakriterien zur Neueinführung eines Labels

3.5.1. Mindestvoraussetzungen

In Anlehnung an die unter 2.5.1 beschriebenen Mindestvoraussetzungen können diese nun für den Anwendungsfall ÖkoPlus betrachtet werden.

3.5.1.1. A) Praktikabilität

Die Planbarkeit und die Definition der Dauer des Zertifizierungsprozesses sind Aspekte, die organisatorisch und kommunikativ vergleichsweise gut lösbar sind.
Schwieriger stellt sich das Ziel einer Kostensenkung dar, wobei zwischen den einzelnen Kostenarten differenziert werden muss.

[74] vgl. DINB, 2014

Eine prozentuale oder gestaffelte Erhebung umsatzbezogener Gebühren und Lizenznutzungsentgelte dürfte auch für kleinste, kleine und mittlere Unternehmen erschwinglich sein. Die Aufwendungen für die Integration der Labelgrafik beim gesamten Erscheinungsbild des Unternehmens sind lediglich einmalig fällig und gut durch das Unternehmen steuerbar.

Lohnender hinsichtlich des Kostensenkungspotentials sind jedoch die eigentlichen Zertifizierungskosten sowie die Personal- und Sachkosten für laufende Dokumentationen, kontinuierliche Kontrollen und Laboruntersuchungen zu sehen.

Bei der Darstellung in Tab. 2 (aus Gründen der besseren Lesbarkeit in Format DIN A3 im Anhang 8.2 angefügt) ist zu berücksichtigen, dass die Zahlen nicht direkt vergleichbar sind, da bei natureplus und IBO die Labor- und Kontrollkosten mit enthalten sind, bei den anderen Zertifikaten jedoch nicht. Anhand der Differenz ist jedoch die Größenordnung derartiger Kosten abschätzbar.
Zu berücksichtigen ist dabei, dass die aufgeführten Kosten nicht pro Hersteller, sondern pro Produkt anfallen. Hat ein Hersteller ein breites Sortiment von 50-100 Produkten, so erhöhen sich die Kosten um diesen Faktor enorm. Gerade bei Herstellern, die ausschließlich Öko-Produkte produzieren, wäre andererseits ein Zertifikat für nur einige Produkte für den Verbraucher verwirrend. Für große Hersteller, die nur ein oder zwei ökologische Baustoffe im Sortiment haben, stellen dagegen hohe Kosten meist kein Problem dar. Kleinere, rein ökologisch produzierende Hersteller sind damit im Nachteil. Deshalb sollten unbedingt Möglichkeiten für eine Kostenvergünstigung bei der Zertifizierung gleichartiger Produkte angeboten werden.

Aufgabe im Entwicklungsprozess wird sein, genau zu prüfen, ob und welche Kontrollen, externe Prüfungen und interne Dokumentationen entfallen, seltener oder stichprobenhaft erfolgen könnten. Dies muss immer im Kontext zu möglichen Sanktionierungsmaßnahmen bewertet werden. Einen Lösungsansatz stellen hier die Erkenntnisse aus der risikobasierten Auditierung dar (siehe 4.3.2.3 und 5.3.2.3).

3.5.1.2. B) Attraktivität

Die Glaubwürdigkeit des Labels muss im Wesentlichen durch anspruchsvolle Inhalte, deren vollständige, transparente Offenlegung und die Fachkompetenz und Unabhängigkeit der beteiligten Gremien und Prüfinstanzen gewährleistet werden. Abstriche in

diesen Punkten aus Einsparungsgründen dürfen immer nur in genauer Abwägung der damit verbundenen Glaubwürdigkeitseinbuße gemacht werden.

Das Label muss bekannt sein. Dies kann bei einem neuen Label durch die Bekanntheit der vergebenden Institution, mit verstärkten Kampagnen bei der Einführung oder aber mittels Kooperation mit einem bestehenden Label gewährleistet werden. So zahlte sich die umfangreiche Medienkampagne 2001 bei der Einführung des staatlichen Bio-Siegels in Deutschland deutlich mit einem in Folge sehr hohen Bekanntheitsgrad (knapp 90%) aus. Im Gegensatz dazu sind vergleichbare Label wesentlich weniger im Bewusstsein der Konsumenten.[75]
Damit die Kriterien für alle Zielgruppen attraktiv sind, müssen Vertreter aller Zielgruppen, wie etwa Verbraucher, Baustoffhändler und -hersteller, Planer sowie Umweltverbände, Verbraucherschutzorganisationen, in den Findungsprozess einbezogen werden.
Nicht zuletzt muss das Label ein grafisch hochwertiges Logo haben. Für die öffentlichkeitswirksame Umsetzung in allen Bereichen – also am Produkt, in Printmedien, im Internet, den sozialen Netzwerken – müssen entsprechende Fachleute hinzugezogen werden.
Die Rahmenbedingungen des Internets sind in besonderem Maße mit einzubeziehen. Das betrifft Aspekte wie etwa das sich zu Nutze machen von Bewertungsportalen für Umweltlabel (siehe auch 2.5 – aktive Offenlegung der Informationen), Berücksichtigung von häufig nachgefragten Suchbegriffen oder die Möglichkeit individualisierter Gewichtungen einzelner Kriterien (siehe 5.3.2.1).

3.5.1.3. C) Inhalte

Die Forderung nach einer Kriterienformulierung durch eine unabhängige Stelle bedeutet, dass die Kriterien nicht von ÖkoPlus alleine festgelegt werden dürfen. Durch die Einbeziehung aller interessierten Kreise und geeigneten Fachexperten wird die Glaubwürdigkeit des Labels erhöht und ÖkoPlus vermeidet den Vorwurf einer interessensgesteuerten Kriterienformulierung.
Auch wenn Experten aus Wissenschaft und Technik hinzugezogen werden, so gibt es selbst unter den Fachleuten häufig kontrovers diskutierte Sachverhalte. Als Beispiel sei hier die Debatte über den Umgang mit „flüchtigen organischen Verbindungen" (VOC) angeführt. Diese werden von vielen Baustoffen (z. B. Lö-

[75] vgl. Statista, 2016

semittel, Holz, Weichmacher) in unterschiedlichsten Ausprägungen emittiert, beispielsweise gerade bei Gebäuden aus Holz durch frei werdende Terpene und Aldehyde. Die Diskussion geht von der Definition des Begriffs VOC über die umstrittene Höhe der Grenzwerte[76], Schwierigkeiten der Messung und deren Zeitpunkt bis hin zu dem Umstand, dass der Zusammenhang zwischen Inhaltsstoffanteile und Emissionen in der Raumluft nicht geklärt ist.[77] Derart unterschiedliche Meinung der Experten müssen zumindest für die hoch involvierten Zielgruppen zugänglich kommuniziert werden.
Als Ergebnis dieses Abstimmungsprozesses müssen die Kriterien generell für alle Produkte offengelegt und gegebenenfalls erläutert werden. Sie müssen klar formuliert und überprüfbar sein (zur Volldeklaration siehe 4.2).

Im Bereich der Bauprodukte gehen zudem die ökologischen Eigenschaften von Herstellung, Nutzung und Entsorgung oft extrem auseinander. So mag eine Polystyroldämmung in der Nutzungsphase ihren Dienst tun, während Herstellung und Entsorgung den Anforderungen nicht gerecht werden.[78] Außerdem ist die Gebrauchsphase verglichen mit anderen Produkten (Lebensmitteln oder Bekleidung) überdurchschnittlich lange. Deshalb ist die Betrachtung über den gesamten Lebenszyklus unabdingbar.

Damit die Kriterien weder innovations- noch handelshemmend sind, ist es ebenfalls sinnvoll, Vertreter von Herstellern, Händlern und aus dem Forschungsbereich bei der Kriterienfestlegung mit einzubeziehen.

Für die geforderte Nachvollziehbarkeit und Transparenz gelten die Ausführungen unter 2.5.1.

3.5.2. Grundlegende Bewertungskriterien

Als Anhaltspunkt für die Formulierung der grundlegenden Bewertungskriterien können die Wirkungskategorien Humangesundheit, Ökosystem und Ressourcenschonung dienen, auch wenn sich Inhaltsstoffe zum Teil in mehreren Kategorien auswirken. So können etwa VOC nicht nur für das Ökosystem, sondern auch für die Humangesundheit problematisch sein.

[76] vgl. Seifert B. 1999, S. 275
[77] vgl. Wilke O. et al 2012, S. 88ff
[78] vgl. Forum Nachhaltiges Bauen, 2017

a) Humangesundheit:

Diese Kategorie betrifft alle Produkteigenschaften, die die menschliche Gesundheit heute oder zukünftig schädigen könnten, und zwar sowohl in Gebrauch und Einbau als auch bei der Herstellung oder Entsorgung.[79] Bewertungsgrundlagen dafür sind z. B.:

- Radioaktivität;
- Biozide, HOV, Pyrethroide, Phtalate;
- Lösemittel und Riechstoffe – VOC;
- Schwermetalle;
- Feinstäube;
- Formaldehyd.

Bei der Humangesundheit stellt im Baubereich eine Unterkategorie die Behaglichkeit dar. Auch wenn eine Eigenschaft noch nicht gesundheitsschädlich ist, so kann sie doch die Behaglichkeit einschränken (z. B. Geruchsbeeinträchtigung). Auch dies ist zu berücksichtigen.

b) Ökosystem:

Hierunter werden alle Produkteigenschaften zusammengefasst, die das Potenzial für Umweltwirkungen auf das Ökosystem beschreiben. [80] [81] [82] [83] [84]

- Treibhauspotenzial: z. B. Kohlendioxid (CO_2) Methan (CH_4), Lachgas (N_2O);
- Ozonschichtabbaupotenzial: Fluorchlorkohlenwasserstoffe (FCKW), bromierte und halogenierte Kohlenwasserstoffe;
- Ozonbildungspotenzial;
- Versauerungspotenzial – Wechselwirkung von Stickoxiden (NO_x und Schwefeldioxidgasen (SO_2) mit anderen Bestandteilen der Luft;
- Überdüngungspotenzial;
- Risiken für die lokale Umwelt;
- Aquatische Ökotoxizität: Blei Cadmium, Kupfer, Quecksilber, Zink, Chrom, Nickel, AOX;

[79] vgl. IBR, 2014 S. 7
[80] vgl. natureplus e.V., 2015
[81] vgl. DGNB (Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen), 2015
[82] vgl. ÖkoPlus-Kriterien
[83] vgl. Clausen J. / Wruk H.-P. et al 2005, S. 79 ff
[84] Daraus ergeben sich teilweise Überschneidungen mit a).

- terrestrische Ökotoxizität: Schwefeldioxid (SO_2), Stickoxide (NO_x), Fluoride, Fluorwasserstoff, Chlorwasserstoff;
- Sommersmog – Stickoxide (NO_x) flüchtige organische Verbindungen (VOC);
- Gewässer- und Bodenversauerung: Schwefeldioxid (SO_2), Stickoxide (NO_x);
- Gewässereutrophierung: Nitrat (NO_3), Ammonium (NH_4^+) chem. Sauerstoffbedarf (CSB), Gesamt-Phosphor, Gesamt-Stickstoff;
- Bodeneutrophierung: Stickoxide (NO_x) Ammoniak (NH_3);
- Flächeninanspruchnahme (bei Rohstoffgewinnung, Erzeugung);
- Abfallintensität bei Herstellung und Endentsorgung, Rezyklierbarkeit.

c) Ressourcen

Bei dieser Betrachtungsebene stehen die Auswirkungen auf Ressourcenvorräte im Fokus und zwar insbesondere bezogen auf Bodenschätze und den fossilen Energieverbrauch. Dies betrifft damit:

- erneuerbare / nicht erneuerbare Ressourcen;
- nachhaltige Materialgewinnung;
- Primärenergiebedarf erneuerbar / nicht erneuerbar;
- Trinkwasserbedarf und Abwasseraufkommen.

Die im Baubereich bereits existierenden Umweltlabel können und müssen bei einer Erarbeitung mit heran gezogen werden – einschließlich der bisherigen Kriterien bei ÖkoPlus. Auch die Studie von natureplus [85] zur Ermittlung labelübergreifender Nachhaltigkeitsmerkmalen für öffentliche Ausschreibungen ist dazu aufschlussreich. Für die meisten Kriterien dürfte in der Fachwelt Übereinstimmung herrschen. Der Hauptaufwand wird jedoch in der Konsensfindung bei differierenden Meinungen über einige Spezialthemen darstellen.

So gibt es Inhaltsstoffe, die je nach dem Zweck unterschiedlich beurteilt werden. Beispielsweise hängt die Einstufung nach Biozid-Verordnung als „Biozidprodukt" davon ab, mit welchem Zweck der Stoff beigesetzt wurde. Wird z. B. eine Farbbeschichtung mit einem Wirkstoff versehen, der die Farbstoffe während der Lagerung vor Zersetzung durch Mikroorganismen schützt (z. B. Formaldehyd oder Isothiazolone als sogenannte Topfkonservierer), so ist die Farbe kein Biozidprodukt. Eine Beschichtung jedoch, die einen Wirkstoff enthält, der auch bei der damit beschichteten Ware Schad-

[85] vgl. natureplus e.V., 2015

organismen zerstören oder unschädlich machen soll, wird als Biozidprodukt eingestuft.[86] In aller Regel werden bei Umweltzertifizierungen nur bestimmte Wirkstoffkombinationen als Topfkonservierer zugelassen und diese mengenmäßig begrenzt.[87]

Generell dürfte die gesamte Thematik der Grenzwertsetzung divergierenden Meinungen mit sich bringen, da bei zahlreichen Inhaltstoffen Grenzwerte nicht eindeutig wissenschaftlich belegt sind.[88] [89] Gerade deshalb ist jedoch eine breit aufgestellt Konsensfindung unabdingbar.

3.5.3. Abgrenzung gegenüber weiteren Kriterien

Bei der Abgrenzung gegenüber weiteren Kriterien ist vor allem die Gebrauchstauglichkeit ein wesentlicher Faktor. Zum einen würde es eine Überforderung eines Umweltzeichens darstellen, wenn zugleich eine grundsätzliche funktionale Bewertung erbracht werden müsste. Zum anderen gibt es jedoch etliche Bauprodukte, die deutliche Einschränkungen im Gebrauch oder in der Verarbeitung aufweisen. Dies muss nicht nur in der Bewertung einen Niederschlag finden, sondern sollte sogar explizit kommuniziert werden. Funktionale Nachteile können Aspekte wie Dauerhaftigkeit (z. B. Kratz- und Abriebfestigkeit), Schall- und Brandschutzeigenschaften, Wärmedämmeigenschaften, Witterungsbeständigkeit, Feuchteempfindlichkeit sowie sämtliche Besonderheiten in der Verarbeitung (beispielsweise keine Farbauftrag mit Rolle[90], längere Austrocknungszeiten) betreffen.

Auch wenn die optische Erscheinung nicht zu den primär funktionalen Eigenschaften zählt, so sind diesbezügliche Einschränkungen sinnvollerweise doch zur Erhöhung der Akzeptanz zu erläutern, wie etwa begrenzte Farbauswahl oder Oberflächenbeschaffenheit.

Für die Bewertung der Gebrauchstauglichkeit sind in der Regel andere Kompetenzen notwendig als im Gremium für die Kriterienentwicklung vorhanden. Auf welche Beurteilungskompetenz im Entwicklungsprozess und auch später bei der Zertifizierung zurückgegriffen werden kann, muss vom Labelinhaber im Vorfeld festgelegt werden (z. B. Handwerksverbände, Architektenkammern, Fachingenieure).

[86] vgl. Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin, o. J.
[87] vgl. RAL gGmbH, 2015, S. 6
[88] vgl. natureplus e.V. 2015b
[89] vgl. Seifert B. 1999, S. 275
[90] vgl. Kreidezeit, 2010, S. 1

3.5.4. Arten der Kennzeichnung und der Kriteriengewichtung

Aufgrund der Komplexität der Bauprodukte ist ein bloßes Additionsprinzip (2.5.4) nicht angemessen. Das Scoring-Prinzip bietet dagegen den Vorteil von Gewichtungsmöglichkeiten. Die Herausforderung dabei stellt die angemessene Bewertung der einzelnen Kriterien beziehungsweise der Kategorien (Ressourcenschonung, Energieeinsparung, Schadstofffreiheit) dar, da die Gewichtung individuell unterschiedlich ausfallen kann. Dazu wäre es denkbar, auch die Einzelbewertungen zu veröffentlichen. Eine Bewertung aus Sicht des Labelinhabers muss dennoch erfolgen, da sonst die Gruppe der niedrig-involvierten Konsumenten nicht bedient wird. Die Vorgehensweise dafür muss jedoch entsprechend kommuniziert werden.

Die Berücksichtigung von verschiedenen Entwicklungsstufen würde, wie bereits beschrieben, eine Möglichkeit schaffen, um der Vereinfachung gerecht zu werden. Dies kann zum einen den Anspruch der Kriterien an sich betreffen, aber auch mit der Auswahl der Art der Auskunftserhebung (siehe 3.5.5) kombiniert werden: In einer ersten Stufe genügt z.B. eine Selbstdeklaration des Herstellers, für den „plus-Standard" wäre dann eine kostenaufwendigere Fremdüberwachung nötig (siehe dazu auch 2.5.4 und 4.3.2.1).

3.5.5. Art der Auskunftserhebung unter Berücksichtigung der Vereinfachung

Wie schon in den vorhergehenden Kapiteln erwähnt, ist die Art der Auskunftserhebung ein wesentlicher Einflussfaktor auf den Aufwand, der mit der Zertifizierung verbunden ist. Bei einer Selbsterklärung muss die Wahrscheinlichkeit eines Missbrauchs so weit wie möglich minimiert werden.
Die Aufdeckungswahrscheinlichkeit eines Missbrauchs ist sehr von der Art der nicht eingehaltenen Kriterien abhängig. Für Schadstoffe, die relativ einfach am Produkt gemessen werden können, könnten Stichproben eingeführt werden. Bei dem relativ überschaubaren Marktsegment der ökologischen Bauprodukte dürfte auch Marktmonitoring und cross-checks zwischen den Kontrollstellen ein gewisser Erfolg beschieden sein. Bei der gegebenen Vernetzung der Lieferketten ist in beschränktem Umfang eine gegenseitige Kontrolle (wer bezieht welche Vorprodukte von wem in welchem Umfang) denkbar. Zudem können alle ohnehin vorliegenden Prüfzeugnisse verwendet werden.

Wesentlich für die Missbrauchswahrscheinlichkeit ist wie unter 2.5.5 dargestellt überdies die Art und Weise der Sanktionierung. In aller Regel dürften Sanktionierungsmaßnahmen wie öffentliche Abmahnung, (fristlose) Aberkennung des Labels des betroffenen Produkts, im Wiederholungsfalle aber auch mehrerer oder aller Produkte des Herstellers, einen Imageschaden in existenzbedrohender Größenordnung mit sich bringen und damit äußerst abschreckend wirken. Gerade im Fall von ÖkoPlus dürfte sich die ansonsten für die Hersteller als Vorteil geltende schnelle Informationsmöglichkeit aller ÖkoPlus-Händler ins Gegenteil verkehren.
Des Weiteren muss das Prinzip der Deklaration nicht zwingend für alle Kriterien einheitlich vorgegeben werden. Die unter 2.5.5 beschriebene risikobasierte Auditierung bietet zusätzliche Möglichkeiten.
Unter diesen Voraussetzungen ist der Verzicht auf eine vollständige Fremdüberwachung denkbar. Wichtig ist aber auch hier eine absolut transparente Kommunikation der Vorgehensweise stattfindet (siehe hierzu auch 4.3.2.3 und 5.3.2.3).

3.5.6. Fortschreibung der Vergabekriterien

Die Fortschreibung der Vergabekriterien hat bei Bauprodukten sicherlich eine noch höhere Gewichtung als bei Branchen mit geringerer Dynamik, wie z. B. der Lebensmittelbranche. Zu den primär ökologischen Eigenschaften kommen noch die technischen Fortentwicklungen hinzu. Für die Umsetzung der neuen Kriterien müssen angemessene Fristen gewährt werden.
Es stehen unterschiedliche Instrumente zur Verfügung:

- Die Zertifizierung kann generell nur auf eine Frist begrenzt sein, danach muss eine Neuzertifizierung erfolgen – dann gegebenenfalls mit überarbeiteten Kriterien.
- Die Prüfkriterien werden vom Labelgeber in regelmäßigen Abständen überprüft, danach findet eine zwingende Wiederholungsprüfung statt.

In der Branche für Wiederholungsprüfungen oder Kriterienüberprüfungen sind Intervalle von 2-5 Jahren üblich.[91]
Ein mögliches Einsparpotential kann hier die Festlegung auf relativ lange Fristen darstellen. Sollten schwerwiegende technische Änderungen oder neue wissenschaftliche

[91] Überarbeitung der Kriterien eu-ecolabel: alle 3-5 Jahre,
Laufzeiten der Zertifizierung: IBO 2 Jahre, Österr. Umweltzeichen 4 Jahre, natureplus 3 Jahre

Kenntnisse vorliegen, so kann darauf im Ausnahmefall innerhalb einer kürzeren Frist reagiert werden.

3.5.7. Berücksichtigung von evtl. nachteiligen Aspekten von Umweltlabels für Bauprodukte

Auch wenn in der Baubranche vergleichsweise wenige Labels existieren, so ist die absolute Anzahl bereits relativ hoch und daher die evtl. negativen Auswirkungen einer zu starken Labelvielfalt gemäß den Ausführungen unter 2.5.7 abzuwägen.
In der zitierten natureplus-Studie[92] wurden europaweit immerhin 43 Labels ausfindig gemacht, 21 Labels wurden näher betrachtet. Eine andere Studie[93] listet 26, eine weitere Aufstellung knapp 60[94] Umweltzeichen und Öko-Kennzeichen im Baubereich in Deutschland auf. Die betrachteten Labels haben unterschiedlichste Ausprägungen, darunter auch Labels für lediglich ein spezielles Material (Holz, Teppich etc.) oder Schwerpunkt auf einzelne Kriterien (wie z. B. Regionalität).
Das von ÖkoPlus angestrebte Format mit Betrachtung grundsätzlich aller Materialien und Produktgruppen, Betrachtung des gesamten Lebenszyklus, Betrachtung aller drei Säulen der Ökologie (Ressourcen, Humangesundheit, Ökosystem) mit einer absoluten Bewertung wird nur von einigen wenigen nennenswerten Labels abgedeckt. Diese sind z. B. natureplus, IBO und das österreichische Umweltzeichen. Dabei verzichtet IBO bereits unter Hinweis auf Eindämmung der Labelvielfalt auf die Vergabe eines eigenen Labels für Produkte, die bereits durch natureplus-Vergaberichtlinien abgedeckt sind.

[92] vgl. natureplus e.V., 2015
[93] vgl. Konrad W. / Scheer D., 2010
[94] vgl. Umweltbüro für Berlin-Brandenburg e.V., 2016

4. Entwicklung des Prozesses für die Definition der Bewertungskriterien und der Zertifizierung

Im nächsten Schritt soll nun der Frage nachgegangen werden, wer in welchem Prozess die Rahmenbedingungen der Zertifizierung sowie die konkreten Bewertungskriterien für die Produktgruppen so ermittelt, dass die vorgenannten Aspekte – incl. der Vereinfachungsmöglichkeiten – bestmöglich berücksichtigt werden.

4.1. Projektorganisation des Labelinhabers

Der Prozess für die Definition der Bewertungskriterien und der Zertifizierung stellt ein Projekt des Labelinhabers dar, für das im Sinne des Projektmanagements einige Festlegungen getroffen werden müssen.

Dazu muss zunächst die interne Projektstruktur mit einem Organigramm und einer Rollendefinition incl. der Kompetenzverteilung aufgestellt werden.

Eine grundsätzliche Struktur entwickelt sich aus den erarbeiteten drei Kategorien der Mindestvoraussetzungen sowie den übergeordneten Themen. Beide Themenblöcke stehen in Wechselwirkung zueinander:

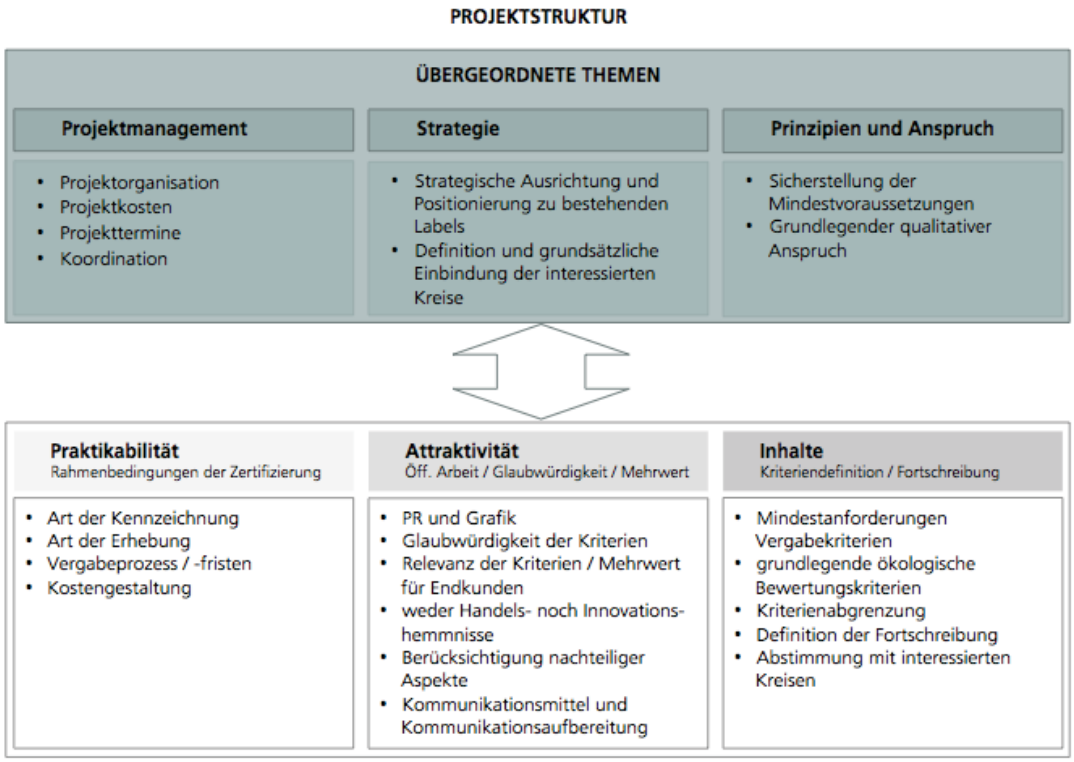

Abb. 3 Projektstruktur für den Prozess der Definition der Bewertungskriterien und der Zertifizierung (eigene Darstellung)

Sinnvoll ist die Benennung eines Projektleiters, der sich um die übergeordneten The-

men und die gesamte Abwicklung und Koordination kümmert. Die Befugnisse dieses Projektleiters werden von den stimmberechtigten Organen des Labelinhabers formuliert und erteilt. Im Zuge der Rollendefinition ist es notwendig, die Meilensteine im Entwicklungsprozess zu bestimmen, in denen die stimmberechtigten Organe des Labelinhabers informiert oder deren Zustimmung eingeholt werden muss.
Innerhalb der Projektorganisation können bereits Untergliederungen für einzelne Fachbereiche sinnvoll sein. Ein mögliches Organigramm stellt sich wie folgt dar:

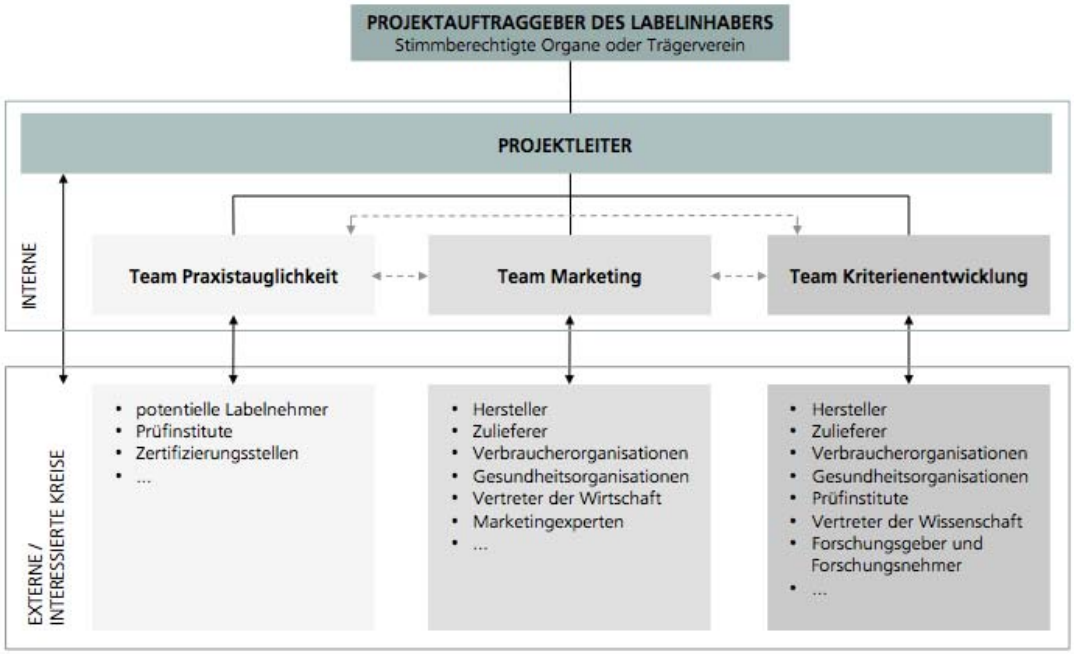

Abb. 4 Projektorganigramm für den Prozess der Definition der Bewertungskriterien und der Zertifizierung (eigene Darstellung)

Dabei hängt es vom Umfang des Prozesses ab, ob es notwendig ist, die Teams mit einzelnen Teamleitern oder sogar mehreren Personen zu besetzen. Bei kleineren Entwicklungsprozessen kann dies auch in Personalunion vom Projektleiter erfüllt werden. Wichtig ist, dass es für die externen Beteiligten konkrete Ansprechpartner und definierte Abstimmungsverfahren gibt.
Für eine Rollendefinition können folgende Festlegungen getroffen werden:

a) Projektauftraggeber (PA): Je nach Organisationsform des Labelinhabers können dies einzelne oder mehrere Personen sein. Der Projektauftraggeber bestimmt den Projektleiter und dessen Befugnisse. Er definiert, welche Festlegungen im Prozess mit ihm abgestimmt und zu welchen Zeitpunkten, Themen oder Zwischenergebnissen seine Freigabe (gegebenenfalls nach Erstellung entsprechender Entscheidungsvorlagen) eingeholt werden muss.

b) Projektleiter (PL): Der Projektleiter koordiniert und verantwortet das gesamte Projekt mit allen internen und externen Beteiligten. Er erarbeitet in Abstimmung

mit dem Projektauftraggeber sowohl die organisatorischen Rahmenbedingungen (grundsätzlicher Ablauf, terminliche und finanzielle Rahmensetzung) als auch inhaltliche Prinzipien (beispielsweise strategische Ausrichtung, Positionierung des Labels am Markt). Er ermittelt und kontaktiert die einzubindenden Stakeholder (interessierte Kreise) und legt Prozesse für die Konsultationen fest. Des Weiteren stimmt er mit dem Projektauftraggeber die geltenden Mindestvoraussetzungen ab und verantwortet deren Einhaltung. Er kann Teilaufgaben an weitere Teamleiter delegieren oder Stellvertreter benennen.

c) Projektteams (PT – gegebenenfalls mit Teamleiter): Die Teams sind verantwortlich für die ihnen übertragenen Arbeitspakete. Sie treten nach den vom Projektleiter vereinbarten Prozessen mit den externen Beteiligten in Verbindung. Die Projektteams stehen in ständigem Austausch untereinander. Sie berichten dem Projektleiter in regelmäßigen Abständen.

4.2. Grundsätzlicher Entwicklungsprozess

Für den Entwicklungsprozess eines vollumfänglichen Umweltzeichens gibt die DIN EN ISO 14024 bereits genaue Anhaltspunkte vor. Dieses Vorgehen kann als Grundlage für die Prüfung auf Vereinfachungen dienen und kann in einer groben Zusammenfassung wie folgt dargestellt werden:

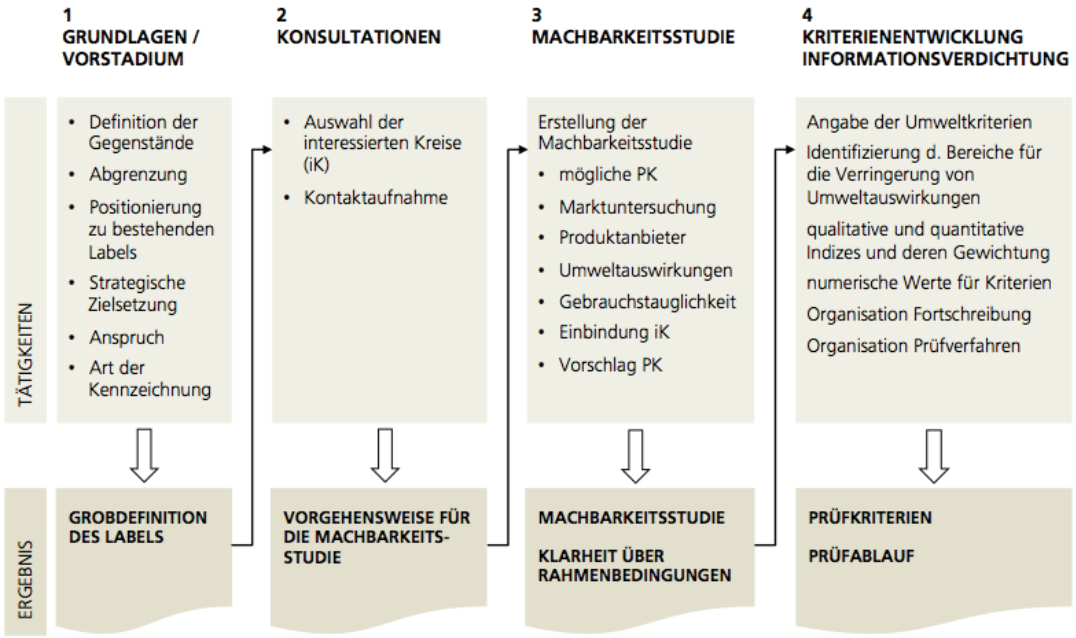

Abb. 5 Schematischer Ablauf – Entwicklung eines Umweltzeichens in Anlehnung an DIN 14024 (eigene Darstellung)

Es handelt es sich um einen iterativen Multi-Stakeholder-Prozess (dessen einzelne Schritte hier nicht dargestellt sind) mit mehrfach auf einander aufbauenden Arbeits-

paketen. Dabei kann es aufgrund von neuen Erkenntnissen im nächsten Schritt auch zur Wiederholung eines vorangegangen kommen. Gerade die Einbindung der interessierten Kreise bedeutet ein Wechselspiel zwischen Ergebnisabstimmung und Verarbeitung neuer Erkenntnissen. Gegebenenfalls wird es notwendig sein, die interessierten Kreise zu unterschiedlichen Zeitpunkten immer wieder zu konsultieren. Im Folgenden werden die einzelnen Phasen näher betrachtet.

4.2.1. Grundlagen

Im Vorfeld des Entwicklungsprojekts einer neuen Umweltkennzeichnung müssen zunächst die zu beurteilenden Gegenstände und die grundsätzlich betrachteten Kriterien eingegrenzt werden. Die Abgrenzung etwa zu Nachhaltigkeitsaspekten (z. B. indirekte Umweltkriterien, Gebrauchstauglichkeit – siehe 2.5.3) muss bereits hier prinzipiell definiert werden. Besonders wichtig ist die Klarstellung der strategischen Ausrichtung des Labels – insbesondere zu bestehenden Labels, sofern diese existieren. Dazu zählt ferner die Entscheidung, ob man mit dem Label den Massen- oder den Premiummarkt bedienen will. In aller Regel bestimmt die Höhe des Anspruchs im Vergleich zum Marktstand den Mehraufwand für den Hersteller, der über den Preis an die Käufer weitergegeben wird. Je höher der Preis, desto kleiner die Zielgruppe. Ablesbar ist das in drastischer Form auf dem Lebensmittelmarkt: Bio-Fisch liegt bei einem Marktanteil von 47% (Produktionsmehrkosten 1-5 %), Bio-Geflügel mit wesentlich höheren Produktionsmehrkosten dagegen bei unter 1%. Das bedeutet, dass die Definition der Kriterien auch immer eine Abwägung zwischen Anspruch und Marktsegment ist. [95]

4.2.2. Konsultationen

Im zweiten Schritt erfolgen eine Vorauswahl und eine erste Kontaktaufnahme der interessierten Kreise. Dabei sollte möglichst frühzeitig ein formeller Mechanismus zur Einbindung aller Stakeholder abgestimmt und etabliert werden, incl. eines definierten Terminrahmens. Dies können z. B. regelmäßige Fachgespräche, Workshops, öffentliche Anhörungen und Diskussionen und / oder Umfragen sein. Dieser formelle Rahmen kommt bereits im Zuge der Erstellung der Machbarkeitsstudie zum Einsatz. Weiter muss geklärt werden, wer in welchem Zeitraum die Machbarkeitsstudie erstellt.

[95] vgl. Meyer-Höfer M./Spiller A. 2016, S. 82ff

4.2.3. Machbarkeitsstudie

Die im dritten Schritt zu erstellende Machbarkeitsstudie stellt einen wesentlichen Meilenstein zur Klärung aller Rahmenbedingungen dar, unter denen dann die eigentlichen Bewertungskriterien für die definierten Produktkategorien entwickelt werden.
Eine Gliederung der Machbarkeitsstudie soll mindestens folgende Punkte beinhalten:

a) Marktrecherche, Innovationspotential und Produktauswahl;
b) Umweltbelastungen und Methodik der Ermittlung (z. B. Energieverbrauch, Ressourcen, Schadstoffe);
c) Produktanforderungen und mögliche Produktoptimierungen;
d) Bewertungsmethodik der Gebrauchstauglichkeit;
e) Gesetze und Normen;
f) Einbeziehung der interessierten Kreise und Ergebnisse daraus, z. B.
   - Weiterentwicklung der Produktanforderungen;
   - denkbare Bewertungskriterien und deren Überprüfungsmöglichkeiten;
   - Potenzial der Akzeptanz und Realisierbarkeit des Labels.
g) Organisation des weiteren Entwicklungsprozesses.

Der letzte Punkt g) betrifft die Festlegung, welche Rolle die einzelnen Stakeholder im Prozess der Kriterienfestlegung haben, incl. der Stimmrechtsverteilung unter den Beteiligten interessierten Kreisen, das sind im wesentlichen Hersteller, Zulieferer, Händler, Umweltorganisationen, NGOs, Verbraucherschutz- und Gesundheitsorganisationen, regelsetzende Institutionen, Forschungsgeber und -nehmer, Wissenschaft, Prüfinstitute, Gutachter, Verbände. Es muss fixiert werden, welche Abstimmungen demokratisch nach Mehrheitsprinzip erfolgen und wer ein Vorschlagsrecht für die zu diskutierenden Themen hat. Der Labelinhaber muss definieren, ob er sich selbst oder einem externen Beteiligten ein Vetorecht vorbehält. Gewährt der Labelinhaber den interessierten Kreisen zu wenig Mitspracherecht, so wird das eine entsprechende Resonanz bei deren Motivation, Involvement und Akzeptanz haben. Andrerseits muss er sich ausreichende Interventionsmöglichkeiten schaffen, damit das Label auch seinen festgelegten Zweck erfüllt.

4.2.4. Kriterienentwicklung

Im vierten und letzten Schritt werden dann die eigentlichen Bewertungskriterien entwickelt, die – soweit möglich – in Form von Auswirkungen auf die Umwelt oder auf die natürlichen Ressourcen angegeben werden sollen. Dazu gehören auch die Be-

trachtung der Lebenswegabschnitte, bei denen es unterschiedliche Umweltauswirkungen geben kann, die Erarbeitung von Gewichtungen (qualitativ und quantitativ) und die Festlegung der numerischen Werte (Mindest- oder Schwellenwerte) für die Prüfkriterien.
Bei diesem Prozess muss durch eine entsprechende kompetente Besetzung des Gremiums die notwendige Objektivität und Problemadäquanz sicher gestellt sein.
Wie in 2.1 und 2.4 erwähnt, handelt es sich bei einer Produktkennzeichnung letztlich um eine Informationsverdichtung und -vereinfachung. Nach der Definition von Hansen und Kull[96] ist die Informationsverdichtung ein wesentlicher Bestandteil des Öko-Labelling, bei dem in mehrstufigen Informationspyramiden ein verdichtetes Gesamturteil entsteht. Bei jeder Informationsverdichtung gehen jedoch zwangsläufig Informationen auch verloren. Damit diese Schritte nachvollziehbar sind, müssen sie klar dokumentiert werden. Die Herausforderung besteht darin, ein Maß der Verdichtung zu erreichen, das für den Nutzer eine entsprechende Entlastung bei der Informationsbeschaffung gewährleistet, und gleichzeitig alle relevanten Informationen transportiert.

Bei der Kriterienentwicklung erfolgt zudem die Abwägung des Anspruchs gegen den potentiellen Marktanteil. Werden grundsätzlich in Frage kommende Produkte nicht zertifiziert, so ist das nicht immer nur mit einem zu großen ökonomischen Aufwand bei der Zertifizierung begründet. Es gibt dabei auch jene Fälle, in denen mindestens ein Kriterium nicht eingehalten werden kann, oder aufgrund anderslautender Überzeugungen nicht eingehalten werden möchte. Manchmal handelt es sich dabei um Eigenschaften, die auch unter Fachleuten umstritten sind. Hier hat der Labelinhaber eine entsprechend schwierige Abwägung zu treffen: Setzt er die Anforderungen zu niedrig an, entwertet das ein Umweltzeichen. Setzt er sie zu hoch an, so können unter Umständen zu wenige Produkte zertifiziert werden, um überhaupt die gewünschten positiven Effekte eines Labels zu erzielen.

Überdies müssen in Phase 4 auch alle organisatorischen Fragen geregelt werden, wie Zuständigkeiten, Prozesse, notwendige Personalressourcen, zuzulassende Prüfstellen und Formvorgaben für das Zertifizierungsverfahren, aber auch für die späteren laufenden Kontrollen.

[96] vgl. Hansen, Kull 1995, S.417

Für die Fortschreibung der Kriterien ist eine geregelte Routine festzulegen. Dabei wird im Wesentlichen nur der vierte Schritt erneut einer Prüfung unterzogen, in Detailfragen kann aber auch eine Revision einzelner Punkte aus der Machbarkeitsstudie notwendig werden.

4.3. Vereinfachungsmöglichkeiten und Einsparpotentiale

Es sind im Wesentlichen zwei Vereinfachungspotentiale zu betrachten:

a) Vereinfachungen im Prozess der Kriterienentwicklung
b) Vereinfachungen des Zertifizierungsprozesses und der anschließenden Kontrollen

4.3.1. Vereinfachungsmöglichkeiten im Prozess der Kriterienentwicklung

Untersucht man den Prozess der Kriterienentwicklung auf Vereinfachungsmöglichkeiten, so stößt man auf viele Prozessschritte, auf die nicht ohne die Gefahr des Verlusts von wichtigen Labeleigenschaften wie Akzeptanz oder Transparenz und damit der Glaubwürdigkeit des Labels verzichtet werden könnte. Dies betrifft alle Aspekte der Fachkompetenz sowie die Einbindung der interessierten Kreise. Bei einer zu starken Einschränkung der Teilnehmer oder der Abstimmungsmöglichkeiten besteht das Risiko, dass das künftige Umweltzeichen bereits in der Entwicklungsphase einen deutlichen Wertverlust erfährt. Weitere grundlegende, ebenfalls nicht verzichtbare Erwägungen stellen z. B. die Definition der Interessen des Labelinhabers und seine strategischen Zielsetzungen dar. Eine Vereinfachung bei der Erstellung der Machbarkeitsstudie ist bei einzelnen Punkten darstellbar, nicht aber in einem vollständigen Verzicht.

Zu prüfen wären finanzielle Einsparungspotentiale hinsichtlich der Honorare der beteiligten Fachleute (siehe dazu 3.4.2).

Für den Fall, dass für die betreffende Produktkategorie noch keinerlei Umweltzeichen existieren, können Vereinfachungen möglicherweise noch als Vorstufe für eine spätere vollumfängliche Zertifizierung akzeptabel sein. Ein sorgfältiges Vorstadium ist dagegen umso wichtiger, wenn es bereits eine vollumfängliche Zertifizierung mit einem der DIN EN ISO14024 entsprechendem Entwicklungsprozess gibt. Sofern das neu zu entwickelnde Umweltzeichen in Konkurrenz dazu steht, so besteht die Gefahr, dass eine Vereinfachung eine zu starke Schwächung der Marktwirksamkeit des Labels mit sich bringen würde.

Wie bereits unter 2.5.1 und 3.5.1 dargestellt, sind je nach Produkt die Zertifizierungsaufwendungen sehr unterschiedlich. Es kann nicht bereits vor dem Entwicklungsprozess der Kriterien definiert werden, welche Vorgehensweisen und Positionen generell die wesentlichen Kostentreiber darstellen. Auch wenn beispielsweise umfangreiche Laboruntersuchungen meist hohe Kosten zur Folge haben dürften, so stellen diese Prüfungen oft unverzichtbare Elemente der Fremdüberwachung dar, z. B. für die Prüfung auf humantoxikologische Emissionen.
Daher sollten erst im Nachgang zu der Entwicklung der Kriterien alle Festlegungen bezüglich Kosten und zeitlichen Aufwendungen nochmal auf den Prüfstand. Es würde der Glaubwürdigkeit sehr schaden, wenn bereits vor dem Erkenntnisgewinn aus der Phase 4 des Prozesses fixiert wäre, worauf verzichtet werden kann.

Ein erweitertes Schema stellt sich dann wie folgt dar:

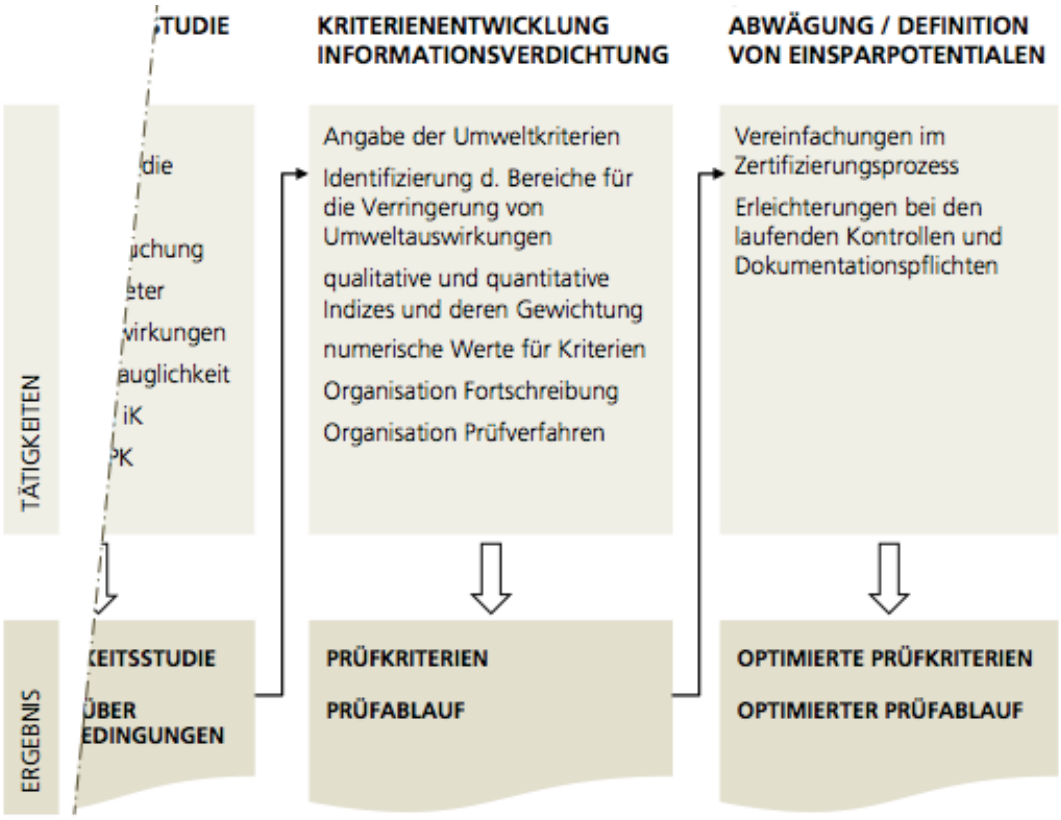

Abb. 6 Erweiterung des Schematischen Ablaufs um die Ermittlung von Einsparpotentialen und deren kritische Abwägung (eigene Darstellung)

Folgende Fragestellungen müssen dabei abgewogen werden:

- Welche Vorgänge beim Zertifizierungsprozess sind besonders kostenintensiv? Wie könnte man diese Vorgänge weniger aufwändig gestalten? Kann man evtl. auf aufwändige Vorgänge verzichten?
- Welche Vorgänge beim Zertifizierungsprozess sind zeitintensiv? Kann man auf sie evtl. verzichten? Wie könnte man diese Vorgänge verbessern?
- Welche Nachweise, die zu einer Beurteilung nützlich wären, stehen dem Hersteller ohnehin zur Verfügung?

Diese nur sehr reduzierten Vereinfachungsmöglichkeiten im Entwicklungsprozess sind ein weiteres Argument für ein Ausloten einer Kooperation mit einem Labelinhaber eines bereits bestehenden – und positiv beleumundeten – Umweltzeichens. Grundsätzliche Klärungsschritte wie etwa Marktrecherche, Einbindung der interessierten Kreise, Bildung der Produktkategorien sind im Wesentlichen unabhängig vom Labelinhaber gültig, auch wenn jeweils unterschiedliche Schwerpunkte gesetzt werden können. Es käme also einer doppelten Arbeit gleich, diesen Klärungsprozess zu wiederholen. Vielmehr sollten die Unterschiede heraus gearbeitet und begründet werden. Selbst bei differierenden Auffassungen bezüglich einzelner Bewertungskriterien, einer anderen Gewichtung oder abweichenden Prüfverfahren kann bei genauer Definition der Unterschiede eine Kooperation gelingen und mehr Erfolg bringen als eine Konkurrenz. Eine Kooperation birgt daher sicherlich die größten Einsparpotentiale für den Prozess der Kriterienentwicklung.

Damit stellt aus Prozesssicht die Kooperation einen Sonderfall dar. Fällt in Phase 1 – Positionierung zu bestehenden Labels – die Entscheidung für eine Kooperation, so hat dies Einfluss auf alle folgenden Phasen. Es müssen in allen Schritten die Unterschiede zu dem bereits bestehenden Umweltzeichen erarbeitet werden. Die Phase 5 wird sinnvollerweise mit Phase 4 verschmolzen.

4.3.2. Vereinfachungsmöglichkeiten bei der Zertifizierung und den anschließenden Kontrollen und Dokumentationen

Vereinfachungen innerhalb des Zertifizierungsprozesses und der anschließenden Kontrollen sind vielfältiger. Diese müssen während der unterschiedlichen Phasen des Entwicklungsprozesses diskutiert und definiert werden.

4.3.2.1. Vereinfachungsmöglichkeiten: Phase 1 – Grundlagen

In der Phase 1 ist im Zuge der Grundlagen u.a. die Art der Kennzeichnung zu disku-

tieren. Wie bereits unter 2.5.4 (Pkt c) und 3.5.4 beschrieben, ist das Scoringprinzip als Zertifizierungsart für ein Umweltzeichen zu präferieren. Hierzu müssen Details der Punktevergabe und vor allem der Gewichtung entwickelt werden, sodass das Prinzip auf alle Produktkategorien (mit gegebenenfalls unterschiedlicher Anzahl von Kriterien) des Labels anwendbar ist. Des Weiteren fördert sicherlich die Festlegung von Kategorie übergreifenden Basiskriterien für alle Beteiligten eine effiziente Abwicklung.

Bei einer Kooperation mit einem bestehenden Label in der Form eines mehrstufigen Labels sind die unter 2.5.4 beschriebenen Sachverhalte zu berücksichtigen. Entscheidet man sich dafür, so muss die Information über die Kooperation so differenziert kommuniziert werden, dass eine daraus entstehende win-win-Situation für alle Beteiligten einfach verständlich ist. Dabei gilt es herauszustellen, dass bewusst gegen eine Labelvielfalt agiert wird und kleine Hersteller sowie Innovationen gefördert werden.

Für das bestehende Label wäre dabei mit den Vorteilen einer Verbreiterung des Produktsortiments und einer Erschließung neuer Distributionskanäle zu argumentieren. Eine Vorstufe als niederschwelliges Angebot birgt auch für das anspruchsvollere Label Chancen auf Gewinnung neuer Teilnehmer, die bei der Umstellung auf ökologische Produkte oder durch eine Starthilfe für Innovationen unterstützt werden.

Für das neue Label müssen die Vorzüge eines durch den Zusammenschluss gestärkten Einflusses bei der Interessensvertretung von ökologischen Zielsetzungen herausgestellt werden. Vorteilhaft ist weiter die höhere Akzeptanz bei den interessierten Kreisen (die ansonsten einen Entwicklungsprozess für dieselbe Produktkategorie wiederholt begleiten müssten). Überdies ist die Teilhabe an einem bereits etablierten positiven Image auf dem Markt von Nutzen, was nicht nur für den Labelinhaber, sondern auch für die teilnehmenden Hersteller von Belang ist.

4.3.2.2. Vereinfachungsmöglichkeiten: Phase 3 – Machbarkeitsstudie

Während der Machbarkeitsstudie findet die Berücksichtigung von Vereinfachungen vor allem in folgenden Punkten ihren Niederschlag:

- Umweltbelastungen und Methodik der Ermittlung: Überprüfung auf mögliche vereinfachende Definitionen der Abschneidekriterien

- Stellenwert und Bewertung der Gebrauchstauglichkeit: Rückgriff auf bestehende Bewertungen, Kooperation mit Qualitätsprüfern von Verbraucherschutzorganisationen, Ingenieursverbänden, Handwerkskammern o.ä.
- denkbare Bewertungskriterien und deren Überprüfungsmöglichkeiten: Grundlegende Überlegungen zu Selbstauskunft versus Fremdkontrolle
- Potenzial der Akzeptanz und Realisierbarkeit des Labels – unter den Vorgaben der Vereinfachungen
- Organisation des weiteren Entwicklungsprozesses

4.3.2.3. Vereinfachungsmöglichkeiten: Phase 4 – Kriterienentwicklung

In der Phase der Kriterienentwicklung steht die Prüfung auf Vereinfachung bei der Art der Erhebung und Kontrolle im Vordergrund. Bei der Frage Selbstauskunft versus Fremdkontrolle muss dabei zunächst geprüft werden, welche Kontrollen tatsächlich kostentreibend oder zeitintensiv sind. Nur für diese Positionen ist eine Selbstauskunft zu prüfen. Im zweiten Schritt ist abzuwägen, wie groß der Schaden und die Wahrscheinlichkeit einer Falschaussage wären. Ist das Risiko sehr hoch, wie z. B. bei schwerwiegenden humantoxikologischen Wirkungen oder einer hohen Wahrscheinlichkeit eines Missbrauchs, so ist eine Fremdkontrolle vorzusehen. Die Möglichkeiten einer risikobasierten Auditierung müssen in den Fachgremien diskutiert werden.

Dabei spielt eine entscheidende Rolle, wie ein Missbrauch sanktioniert werden würde. Bei den Sanktionierungsmaßnahmen muss unterschieden werden, ob diese öffentlich wirksam sind oder nicht. Bei weniger schwerwiegenden Verstößen gegen die Kriterien sind nicht-öffentliche Maßregelungen wie Verwarnungen incl. Strafzahlungen und Aufforderungen zur Nachbesserung denkbar. Aufgrund der Tatsache, dass es sich bei einem Umweltzeichen um ein Instrument der Öffentlichkeitsarbeit handelt, ist eine Untersagung der Zeichennutzung jedoch die wesentlich wirkungsvollere Maßnahme. Eine Aberkennung schadet dem Image des Herstellers gravierend. Es wandelt die mit dem Umweltzeichen verbundenen Vorteile ins Gegenteil um.

Des Weiteren muss in die Überlegungen mit einbezogen werden, wie viele Verstöße es in welchen Bereichen geben könnte und welche davon schwerwiegend sind. Eine statistische Erhebung in sechs europäischen Ländern (Schweiz, Tschechien, Deutschland, Dänemark, Italien, Großbritannien) zu diesem Thema im landwirtschaftlichen Bereich führt Werte zwischen 0,6 – 4% schwere Verstöße auf, in Deutschland zwi-

schen 0,7 – 2,2%.[97] Die Unterscheidung von leichten und schweren Verstößen ist europaweit und über alle Kontrollstellen nicht problemlos zu vereinheitlichen. Ein Beispiel für einen leichten Verstoß ist die unterlassene Aktualisierung von Daten über den landwirtschaftlichen Betrieb. Einen schweren Verstoß dagegen stellt die Ausbringung nicht erlaubter Düngemittel dar.[98]
Der Aufwand, diese Verstöße zu ahnden muss in einem angemessenen Verhältnis dazu stehen. Derartige Statistiken liegen nicht für alle Branchen vor. Es wäre zu prüfen, auf welchem Wege Auswertungen für die benötigten Produktkategorien erhoben werden können.

4.3.2.4. Vereinfachungsmöglichkeiten: Phase 5 – Abwägung und Definition

In der zusätzlichen Phase 5 zur Abwägung und Definition der Vereinfachungsmöglichkeiten können Erkenntnisse der bereits zitierten Studie VERUM herangezogen werden. Diese weist u.a. folgende Vereinfachungsmöglichkeiten auf:

a) Durch die Wahl der Systemgrenzen lassen sich identische Lebenszyklusabschnitte, wie z. B. Transporte oder Verpackung, einheitlich betrachten.[99]
b) Durch eine Definition der Abschneidekriterien können nicht relevante Prozesse außen vor gelassen werden. Betragen z. B. Komponenten nicht mehr als 3 % der Produktmasse, so könnte man sie vernachlässigen, ausgenommen Komponenten, die einen signifikanten Beitrag zu einer Belastungskategorie leisten[100]
c) Einige Belastungskategorien benötigen nicht unbedingt eine Quantifizierung bei der Datenerhebung.[101]
d) Wenn keine Daten über Umweltbelastungen der einzelnen Fertigungsschritte vorliegen, werden gegebenenfalls vorliegende Ökobilanzdaten genutzt.[102]
e) Gibt es Datenlücken bei der Datenlage für die Quantifizierung von Umweltbelastungen, so können diese gegebenenfalls einfacher durch die Einschätzung von Experten geschlossen werden, als durch aufwändige Erhebung von Primär- oder Sekundärdaten. Dies muss allerdings transparent dokumentiert werden.[103]
f) Für jede Belastungskategorie werden Vorgaben für die Belastungsbewertung und –relevanz definiert.

---

[97] Dabbert, S. (Hrsg) et al 2012, S. 33, Tab. 11, S. 33
[98] Dabbert, S. (Hrsg) et al 2012, S. 33, S. 32
[99] vgl. Berger, M. / Finkbeiner M. et al, 2014 S. 12ff
[100] vgl. Berger, M. / Finkbeiner M. et al, 2014 S. 12ff
[101] vgl. Berger, M. / Finkbeiner M. et al, 2014 S. 16
[102] vgl. Berger, M. / Finkbeiner M. et al, 2014 S. 16
[103] vgl. Berger, M. / Finkbeiner M. et al, 2014 S. 17

Bei der Heranziehung solcher Vereinfachungen muss – wie bei VERUM realisiert – in die Auswertung der Ergebnisse die Qualität der Aussagesicherheit unbedingt mit einfließen. Ist die Aussagesicherheit niedrig, so sollten bei einem extremen Ergebnis (also keine oder hohe bis nicht tolerierbaren Umweltauswirkungen) mit geringer Aussagesicherheit weiterführende Untersuchungen erfolgen.
Diese Zusammenhänge werden in der folgenden Abbildung dargestellt:

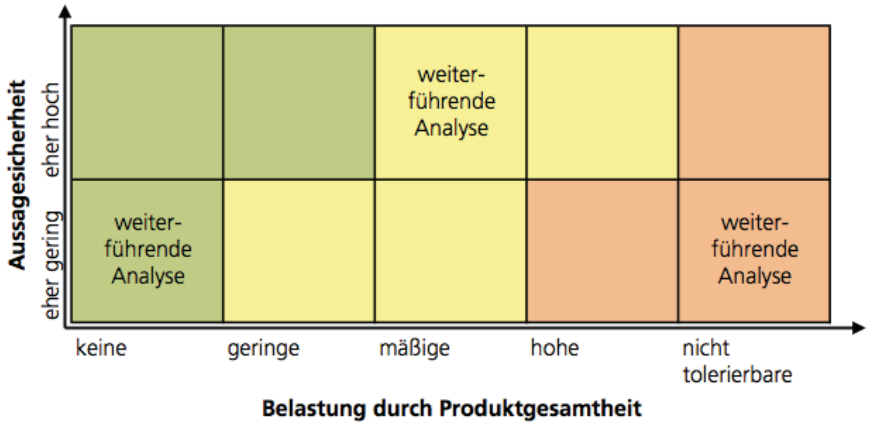

Abb. 7 Berücksichtigung der Aussagesicherheit bei der Ergebnisbewertung, Darstellung nach Berger / Finkbeiner [104]

4.4. Juristische Aspekte

Im Entwicklungsprozess sind mittels in die Konsultationen einzubeziehender Fachleute außerdem juristische Aspekte zu berücksichtigen. Primär ist dabei Voraussetzung, dass die Kriterien so eindeutig formuliert und unzweifelhaft mess- oder prüfbar sein müssen, dass keine juristischen Auslegungsspielräume bestehen und die Wahrscheinlichkeit einer Klage so weit wie möglich reduziert wird.

Ein von den Herstellern öfter kritisiertes Hindernis für eine Zertifizierung stellt die Forderung nach einer 100%-Deklaration dar, mit dem Hinweis, dass dadurch Betriebsgeheimnisse nicht gewahrt werden würden. Gegen diesen Anspruch ist das Bedürfnis des Endkunden auf Unversehrtheit abzuwägen. Gesetzlich vorgeschrieben ist eine Volldeklaration nicht, allerdings bei Umweltzeichen gebräuchlich. Es wäre mit den Herstellern zu diskutieren, bei welchen speziellen Produkten eine Volldeklaration problematisch wäre, um zu prüfen, ob Ausnahmen denkbar wären. Ein grundlegender Verzicht auf die Volldeklaration wäre dahingegen der notwendigen Transparenz zu sehr abträglich.

[104] vgl. Berger, M. / Finkbeiner M. et al, 2014 S. 59

Einen Kompromiss würde eine vollständige Offenlegung der Produktbestandteile ausschließlich gegenüber dem Zertifizierer beziehungsweise dem Labelinhaber darstellen, wie es auch bei den EPDs gehandhabt wird.[105] [106] Nicht verhandelbar ist allerdings die Offenlegung umweltrelevanter Bestandteile.
Auch eine entsprechende Definition der Abschneidekriterien kann bewirken, dass entscheidende Rezepturbestandteile nicht deklariert werden müssen. Allerdings muss durch Fachexperten festgelegt werden, in welchen Bereichen, bei welchen Stoffen und in welcher Größenordnung Kompromisse eingegangen werden können (siehe auch 4.3.2.4).

Weiter sind gemäß DIN 14024 unnötige Hemmnisse für den internationalen Handel, aber auch für Kleinunternehmer oder für Innovationen zu vermeiden. Gerade private Produktzertifizierungen sind häufig der Kritik ausgesetzt, letztlich weniger von einer „Mission" als von Marktvorteilen getragen zu sein. Dies betrifft hauptsächlich den Lebensmittel- oder Bekleidungsmarkt (business-to-business-Beziehungen) mit weltweiten Zulieferern auch aus Entwicklungsländern. Hiervon werden zwar in kritischen Berichten Bio-Labels ausdrücklich ausgenommen[107], trotzdem sollten die Anforderungen auf diesen Aspekt hin während des Entwicklungsprozesses immer wieder hinterfragt werden.
Genauso zu vermeiden ist ein zu hoher Anspruch. Wenn sich auf dem Markt keine Produkte finden, die die Kriterien erfüllen können, so wird der Zweck des Labels nicht erreicht.

[105] vgl. Arbeitsgemeinschaft kontrolliert deklarierte Rohstoffe im Auftrag der Deutsche Bundesstiftung Umwelt, 2008 S. 9-81
[106] vgl. Institut Bauen und Umwelt (Hrsg.) 2016, S.15
[107] vgl. Buntzel, R./ Mari F. 2016, S.172

5. ÖkoPlus: Entwicklung des Prozesses für die Definition der Bewertungskriterien

Aus den Erkenntnissen in 3.4 (Bedürfnisse des Labelinhabers) bezüglich ÖkoPlus und den Resultaten zu generellen Vereinfachungs- und Einsparmöglichkeiten in 4.3 ist der Schluss zu ziehen, dass bei einem bereits bestehenden Label mit positivem Image für die gleichen Produktkategorien prinzipiell eine Kooperation zahlreiche Vorteile hat. In diesem Fall wäre das Label natureplus aufgrund der bereits bestehenden Beziehungen (ÖkoPlus ist im Vorstand von natureplus vertreten) prädestiniert für eine Zusammenarbeit – einschließlich des bereits mit natureplus kooperierenden Labels IBO.

Zusammenfassend sind hier anzuführen:

a) Eine nochmalige Erarbeitung der grundlegenden ökologischen Bewertungskriterien unter Einbeziehung der interessierten Kreise (mit ähnlichen Beteiligten) muss im Wesentlichen zum gleichen Ergebnis kommen. Es würde somit doppelten Aufwand bedeuten. Würde dieser Prozess dagegen aus Kostengründen verkürzt oder in reduzierter Form stattfinden, so wäre die Glaubwürdigkeit von Anfang an angreifbar. Bei Differenzen im Detail ist es sinnvoller, diese zu erarbeiten und zu begründen. Dies kann sowohl in strengeren als auch in weniger strengen Festlegungen bestehen.
b) Daraus folgt, dass eine Konkurrenz von Labels für die gleichen Produktkategorien mit prinzipiell ähnlichen Kriterien der übergeordneten Sache einer Förderung der Umweltbelange nicht dienlich ist. Es führt vielmehr zu Verbraucherverwirrung durch Labelvielfalt, da Unterschiede zu wenig deutlich werden.
c) Ein positives Image des Kooperationslabels kann genutzt werden.
d) Bei einem Umweltzeichen gibt es im Wesentlichen zwei Aufwandskategorien, die für Einsparungen interessant sind: Der aufwändige Entwicklungsprozess mit vielen Beteiligten und später die laufenden Aufwendungen für die Fremdüberwachung und Dokumentation. Vereinfachungen beim Entwicklungsprozess können bei einem neuen Label nur in geringem Umfang umgesetzt werden. Eine spürbare Aufwandsreduzierung wäre nur mit einer Kooperation erreichbar.

Die unter 4.3.2.1 beschriebenen win-win-Aspekte gelten allesamt auch für den Anwendungsfall ÖkoPlus. Dabei gewinnen nicht nur die beiden Labelinhaber, sondern auch Hersteller und Kunden, indem sie die Vorteile der Zertifizierung für Produkte nutzen können, die ansonsten nicht zertifiziert wären.

Aus diesen Gründen soll im Folgenden das Vorgehen für eine Kooperation näher betrachtet werden. Der Entwicklungsprozess für eine Kooperation muss sich infolgedessen von dem unter 4.1 und 4.2 beschriebenen unterscheiden. Projektstruktur und -organigramm verändern sich dahingegen nur geringfügig.

5.1. ÖkoPlus: Projektorganisation

Bei einer zwar ähnlichen Projektstruktur wie unter 4.1 dargestellt, wäre das Arbeitspaket „Inhalte" jedoch über die Erarbeitung der Abgrenzung und Anpassung der bereits vorhandenen Kriterien definiert.
Das davon abgeleitete Projektorganigramm spiegelt dies wieder:

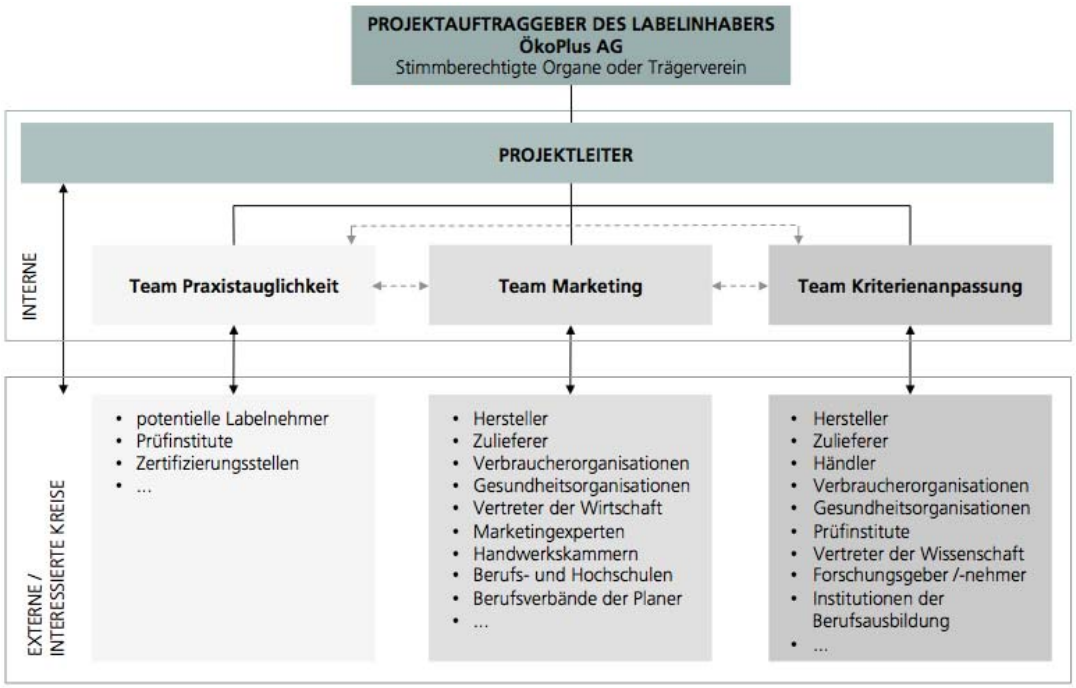

Abb. 8 ÖkoPlus: Projektstruktur für den Prozess der Definition der Bewertungskriterien und der Zertifizierung (eigene Darstellung)

Dabei wird die Einbindung der Vertreter der interessierten Kreise nur für die Belange notwendig, die sich von den Festlegungen von natureplus unterscheiden sollen.
Die Rollendefinition entspricht analog der unter 4.1 dargestellten.

5.2. ÖkoPlus: Grundsätzlicher Entwicklungsprozess

Unter Berücksichtigung entsprechender Anpassungen müssen alle Phasen des unter 4.2 beschriebenen Entwicklungsprozess durchlaufen werden:

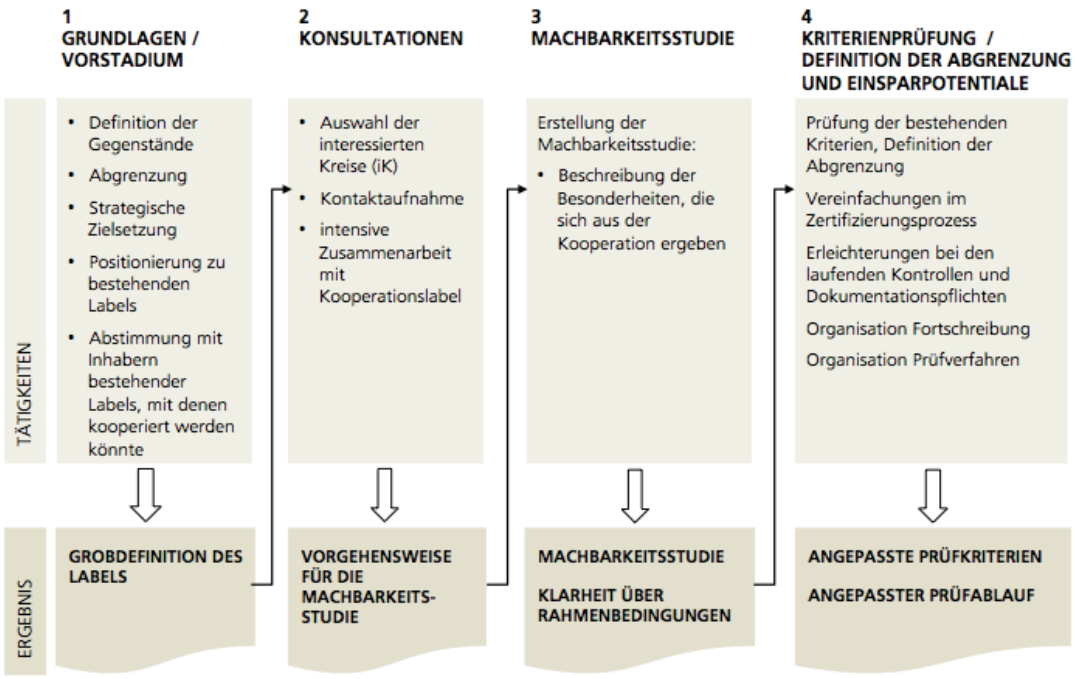

Abb. 9 ÖkoPlus: Schematischer Ablauf – Entwicklung eines Umweltzeichens in Anlehnung an DIN 14024

In diesem Fall wird die in 4.3.1 bezeichnete Phase 5 in die Phase 4 inkludiert, da es um die Modifizierung bereits vorhandener Kriterien geht.

5.2.1. ÖkoPlus: Grundlagen

Neben der Definition der Gegenstände und der Abgrenzungen betrifft die wichtigste Festlegung in der Phase 1 die Positionierung zu den bestehenden Labels. Es gilt, die gemeinsamen Vorteile einer Kooperation und die grundsätzliche Bereitschaft dafür auszuloten.

Dies betrifft in unserem Fall hauptsächlich die Abstimmung mit natureplus, aber auch IBO muss in die Abstimmungen mit aufgenommen werden. Produktspezifische Labels, die bereits von natureplus anerkannt sind, wären in die Kooperation ohnehin einzubeziehen. Bei denjenigen, die von natureplus nicht anerkannt sind, wäre Für und Wider einer Zusammenarbeit abzuwägen.

Mit allen kooperierenden Labels, aber vor allem mit natureplus, müssen die Grundlagen einer Zusammenarbeit geklärt werden:

a) Herausarbeitung der Abgrenzung zum Kooperationslabel;
b) Definition der Zielsetzung – angestrebte Vorteile für beide Seiten;
c) Umgang mit gegebenenfalls abweichenden Kriterien, auch unter Berücksichtigung der bestehenden ÖkoPlus-Kriterien: Sind Abweichungen vorstellbar und

in welchen Bereichen? Wie werden diese kommuniziert?

d) rechtliche und wirtschaftliche Vertragsgrundlagen einer Zusammenarbeit.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass natureplus ein Nachhaltigkeitslabel ist. Die Kriterien, die nicht primär die ökologische Nachhaltigkeit betreffen, könnten dabei unter anderem Potential für Vereinfachungen bieten.

5.2.2. ÖkoPlus: Konsultationen

In Phase 2 werden die Abstimmungen mit dem Kooperationslabel vertieft. Bei der Auswahl der interessierten Kreise wird es sich größtenteils um die Beteiligten handeln, die bei der Erarbeitung der Kriterien der bestehenden Labels mitgewirkt haben. Das sind u.a. neben den Gremien von ÖkoPlus und natureplus auch Vertreter des kooperierenden österreichischen Instituts IBO.

Zusätzlich sollten weitere Teilnehmer kontaktiert werden:

- Das Umweltbundesamt könnte gerade hinsichtlich der Erfahrung von Vereinfachungsmöglichkeiten im Projekt VERUM wertvolle Beiträge beisteuern.
- Außerdem ist im speziellen Fall – wie unter 3.1 dargestellt – die Gruppe der Planer von enormer Bedeutung. Dabei kommen Vertreter von Berufsverbänden (Architektenkammern und -verbände) oder aus dem Hochschulbereich in Frage.
- Des Weiteren könnten Handwerkskammern, Ingenieurskammern sowie Hochschulvertreter aus dem Baustoffkundebereich hinzugezogen werden.
- Auch die Kenntnisse der aktuell in diesem Bereich tätigen Zertifizierungsdienstleister sollten hinsichtlich ihrer Erfahrungen etwa zu Kontrollaufwand oder häufig auftretenden Verstößen – gerade vor dem Hintergrund der Entwicklung eines risikobasierten Audits – unbedingt einbezogen werden.
- In Fragen des Marketings und Wissenstransfers können zusätzlich noch Fachpresse oder Berufsschulvertreter für die betroffenen Bauberufe befragt werden.
- Zu Themen der Vereinfachung und Eindeutigkeit der Kriterien sollte im Zweifel die Fachmeinung von Juristen eingeholt werden.

5.2.3. ÖkoPlus: Machbarkeitsstudie

Phase 3 besteht auch hier in der Erarbeitung einer Machbarkeitsstudie, allerdings werden bei einer Kooperation bereits die Aspekte der Vereinfachung integriert. Das bedeutet eine Schwerpunktsetzung auf die Abgrenzung gegenüber dem Kooperationslabel, der Integration des bestehenden ÖkoPlus-Labels und weiteren Vereinfachungen (hier in den Untergliederungspunkten dargestellt):

a) Marktrecherche, Innovationspotential und Produktauswahl:
   - unter besonderer Berücksichtigung der Akzeptanz und Auswirkungen der Kooperation am Markt;
   - gegebenenfalls können mittelfristig auch neue Produktkategorien ins Auge gefasst werden, die bislang für eine vollumfängliche Zertifizierung nicht geeignet schienen.

b) Umweltbelastungen und Methodik der Ermittlung
   - grundlegende Überlegungen zu Selbstauskunft versus Fremdkontrolle;
   - Betrachtung von Nutzen und Konsequenzen einer abweichender Definition der Systemgrenzen;
   - Überprüfung auf mögliche vereinfachende Definitionen der Abschneidekriterien.

c) Produktanforderungen und mögliche Produktoptimierungen
   - grundsätzlicher Umgang bei Abweichungen von den Kriterien des Kooperationslabels, gegebenenfalls Eingrenzung erster Abweichungsthemen;
   - prinzipielle Vereinfachungen, wie z. B. unter 4.3.2.4 ausgeführt;
   - insbesondere Potential und Umgang mit Abweichungen der bisherigen Öko-Plus-Kriterien zu den natureplus-Kriterien.

d) Bewertungsmethodik der Gebrauchstauglichkeit: gegebenenfalls Rückgriff auf bestehende Bewertungen oder Kooperation mit Qualitätsprüfern von Verbraucherschutzorganisationen;

e) Gesetze und Normen;

f) Einbeziehung der interessierten Kreise und Ergebnisse daraus (analog 4.2.3), insbesondere Berücksichtigung weiterer Beteiligter (siehe 5.2.2)

g) Organisation des weiteren Entwicklungsprozesses.

Gerade der letzte Punkt g) berührt bezüglich der Definition der Mitspracherechte ein wichtiges Thema. Bei einer Kooperation haben beide Parteien ein Interesse, ihre Belange entsprechend repräsentiert zu sehen. Die Regelung für eine Konsensfindung ist von großer Wichtigkeit. Hier können z. B. Themen, bei denen es auf keinen Fall Abweichungen geben darf oder das Vorgehen bei künftigen Weiterentwicklungen der Kriterien definiert werden.

5.2.4. ÖkoPlus: Kriterienentwicklung

In Phase 4 geht es um die konkrete Abgrenzungsdefinition zu dem Kooperationslabel.

Wie unter 4.3.1 dargestellt, ist im Fall einer Kooperation die Zusammenlegung der Phasen 4 und 5 sinnvoll. Dabei müssen die Potentiale der Vereinfachung sondiert werden.
Alle Abweichungen und Vereinfachungen zu den Kriterien des Kooperationslabels müssen vollumfänglich begründet sein. Abweichungen können auch Verschärfungen bedeuten, wenn ÖkoPlus als Labelinhaber in einzelnen Punkten andere Schwerpunkte setzen möchte. So gibt es einzelne Bewertungen, die unter Fachleuten kontrovers diskutiert werden (siehe dazu auch 3.4.3), wie z. B. der bereits erwähnte Einsatz von Topfkonservierern. Das würde allerdings bedeuten, dass natureplus-zertifizierte Produkte nicht automatisch auch ÖkoPlus-Anforderungen genügen würden. Dieser Konflikt zeigt, dass derartige Abweichungen idealerweise nur in Ausnahmefällen definiert werden sollten und diese dann sehr schlüssig begründet und transparent kommuniziert werden müssten. Abweichungen können Produktkategorie übergreifend festgelegt werden, oder auch lediglich für eine bestimmte Produktkategorie. Eine Kooperation auf Ebene der Produktkategorien würde zugleich die Möglichkeit bieten, einzelne Produktkategorien mit zu großen Diskrepanzen von der Kooperation auszuschließen.

Zusätzliche Herausforderung dabei besteht darin, dass das bisherige Bewertungssystem von ÖkoPlus – einschließlich der davon betroffenen Hersteller und Produkte – berücksichtigt werden muss. Dabei ist es denkbar, dass bestehende ÖkoPlus-Zertifizierungen nach der neuen Definition nicht mehr erteilt werden könnten. Dies hätte bedeutende Konsequenzen, nicht nur gegenüber den Herstellern, deren Ware damit disqualifiziert wäre, sondern auch gegenüber den Händlern, die ihr Sortiment umstellen müssten. Dieses Konfliktpotential darf nicht zu leichtfertigen Kompromissen verleiten. Vielmehr sollten diese Fälle zu einem intensiven Dialog mit den Herstellern führen, damit unter Berücksichtigung von entsprechenden Umstellungsfristen, Wissenstransfers und Kooperationen ihre Produkte verbessert werden könnten.
Bei dem Dialog mit allen Betroffenen sind auch mögliche Ausnahmedefinitionen zu diskutieren, z. B. für Kleinst- und Kleinbetriebe, start-ups und Innovationen.

Attraktiv kann gerade in diesen Fällen – und dies auch aus Sicht des bestehenden Labels – das Angebot und die Organisation verschiedener Serviceleistungen sein. Beispielsweise könnten Beratung und Hilfestellung angeboten werden, bei der Organisation der laufenden Dokumentationspflichten (fälschungssichere Software, Archivie-

rungssysteme), organisatorische Verantwortungsfestlegungen, Schulungen von Mitarbeitern.[108]

Weiter könnten Beratungen zur Erreichung der Zertifizierung organisiert werden, auch in Form von Netzwerken zum Austausch von Best-Practice-Lösungen[109]. Dies wird bei ÖkoPlus bereits ohnehin betrieben, könnte jedoch noch stärker in diese Richtung entwickelt werden. Auch dies sollte in dieser Phase mit bearbeitet werden und kann ebenso einen wesentlichen Vorteil für natureplus darstellen.

Des Weiteren wäre zu prüfen inwieweit bestehende Labels als Qualifizierungsinstrument tauglich sein könnten. Dafür können z. B. produktspezifische Labels in Frage kommen, die gegebenenfalls durch einige Zusatzkriterien ergänzt werden könnten.[110]

Einen weiteren zusätzlichen Aspekt stellt die Erfolgskontrolle dar. Diese sollte bei der Festlegung der Fortschreibung der Kriterien generell ein definierter, in festzulegenden Zeitabständen zu prüfender Bestandteil werden. Für das Umweltzeichen „Blauer Engel" werden beispielsweise folgende Aspekte mit Hilfe von Experten- und Unternehmensinterviews analysiert[111]:

- Gründe für die Nutzung es Umweltzeichens;
- Erwartungen an die Nutzung des Umweltzeichens;
- Erfahrungen mit der Nutzung des Umweltzeichens;
- wahrgenommene Wirkungen der Nutzung des Umweltzeichens;
- Beurteilung des Verfahrens, der Kriterien und der Präsentation;
- Verhältnis zu anderen nationalen und internationalen Kennzeichnungssystemen;
- Erwartungen an die zukünftige Entwicklung des Umweltzeichens.

Diese Analysen sind nicht nur bei der Fortschreibung von großem Interesse, der Erkenntnisgewinn sollte bei vergleichbaren Produkten bereits bei der Entwicklung eingebracht werden. Auch wenn derartige Erhebungen sehr arbeitsaufwendig sind, so müssten sie für die wichtigsten Produktkategorien vorgesehen werden.

[108] vgl. Schukey, M. 2016, S.435ff
[109] vgl. Ulrich, K./ Reinert, Fl. 2016, S. 263 ff
[110] Eine Übersicht über „Öko-Kennzeichen bei Bauprodukten" bietet das Umweltbüro für Berlin-Brandenburg e.V., 2016 oder die Studie von natureplus e.V., 2015.
[111] Häßler et al. 1998, S.10 zitiert nach Eberle, U. 2000, S. 54ff

5.3. ÖkoPlus: Vereinfachungsmöglichkeiten und Einsparpotentiale

5.3.1. ÖkoPlus – Vereinfachungsmöglichkeiten im Prozess der Kriterienentwicklung

Wie bereits unter 5.2 dargelegt, ist bei der Wahl einer Kooperation bereits eine maximale Vereinfachung des Kriterienentwicklungsprozesses erreicht. Weitere Vereinfachungen oder Einsparmöglichkeiten können gem. 4.3.1 geprüft werden.

5.3.2. ÖkoPlus – Vereinfachungsmöglichkeiten bei der Zertifizierung und den anschließenden Kontrollen und Dokumentationen

Vereinfachungen von Umweltkriterien sind wesentlich präziser und fundierter zu ermitteln, wenn bereits vollumfängliche Kriterien vorliegen. Das ist ein wesentlicher Vorteil bei einer Kooperation.

5.3.2.1. ÖkoPlus Vereinfachungsmöglichkeiten: Phase 1 – Grundlagen

Für die Wahl der Zertifizierungsart in Phase 1 wäre mit der Entscheidung für eine Kooperation mit natureplus die Festlegung auf eine Kombination gefallen. Die Kooperation kann in diesem Fall als mehrstufiges Label eingeordnet werden, wobei die eigentliche Überprüfung nach dem Scoring-Verfahren erfolgt.

Das Scoring-Verfahren beinhaltet die Definition einer Gewichtung der einzelnen Kriterien. Gerade die Gewichtung könnte Meinungsverschiedenheiten bei den beiden Labelinhabern bergen.

Vorstellbar wäre dabei, die Kriteriengewichtung als eine mögliche Empfehlung vorzunehmen (3.5.4). Da die Abwägung von Nachteilen bei Ressourcenausbeutung, Schadstoffausstoß oder Energieverbrauch oder auch der unterschiedlichen Umweltwirksamkeit innerhalb der Lebenszyklusphasen individuell sehr verschieden sein kann, könnte dies durch den Interessenten nach persönlichen Schwerpunkten erfolgen. Dies würde den Bedürfnissen der hochinvolvierten Endkunden Rechnung tragen. Speziell bei Bauprodukten mit einer sehr langen Nutzungsphase ist eine Abwägung der Eigenschaften während Herstellungs-, Nutzungs- und Entsorgungsphase entscheidend für die Gesamtbewertung. Einen weiteren Fall stellen Einschränkungen in Gebrauchstauglichkeit oder Optik dar, die der eine Nutzer akzeptiert, ein anderer hat dagegen in diesem Bereich höhere Anforderungen.

Diese Möglichkeit einer individualisierten Gewichtung würde im besonderen Maße der Forderung nach einer persönlichen Relevanz von Labelkriterien für eine Mehrzahlungsbereitschaft entsprechen.

Zumindest für die Nutzer elektronischer Medien könnten Teilbewertungen der einzelnen Bewertungskategorien übermittelt werden, die der Endkunde selbst für sich gewichten könnte. Praktikabel scheint eine solche nach persönlichen Gesichtspunkten zusammengestellte Gewichtung vor allem für Internet-, insbesondere Smartphone-Nutzer mittels einer zu entwickelnden App, die mit den entsprechenden Voreinstellungen direkt bei der Kaufentscheidung aufgerufen werden könnte. Für Allergiker etwa würde diese Individualisierung eine hilfreiche Serviceleistung bedeuten.
Ebenso wertvoll könnte eine derartige Gewichtungsmöglichkeit für die Planer darstellen. Je nach Anforderungen des Bauherrn könnten so schnell und zielgerichtet Bauprodukte ausgewählt werden.

5.3.2.2. ÖkoPlus Vereinfachungsmöglichkeiten: Phase 3 – Machbarkeitsstudie

Die Machbarkeitsstudie wird geprägt von den Themen der Abgrenzung zum Kooperationslabel und betrifft damit im Wesentlichen die unter 5.2.3 aufgeführten Schwerpunkte.

5.3.2.3. ÖkoPlus Vereinfachungsmöglichkeiten: Phase 4 – Kriterienentwicklung

Bei der Entwicklung von Vereinfachungen der bestehenden Kriterien von natureplus für die Anwendung bei ÖkoPlus lassen sich zwei Kategorien bilden:

1. Vereinfachungen bei den inhaltlichen Bewertungskriterien:
   a) Vereinfachungen bei qualitativen und quantitativen Indizes und deren Gewichtung, Vereinfachungen bei den numerischen Werte für Kriterien (z. B. bei Produktbestandteilen, Ausschluss von best. Materialien). Gemessen an der Anzahl der von einer Abweichung betroffenen Kriterien birgt diese Thematik vermutlich das geringste, inhaltlich jedoch das kritischste Potential bei zu diskutierenden Abgrenzungen. Da es sich hier um grundlegende Bewertungsprinzipien handelt, die eng mit der Glaubwürdigkeit verbunden sind, ist eine Klärung des Umgangs damit zwar aufwändig, jedoch unbedingt zweifelsfrei herbeizuführen.
   b) Definition der Systemgrenzen: Es muss darauf geachtet werden, dass auch bei enger definierten Systemgrenzen der Charakter der Lebenszyklusbetrachtung bestehen bleibt. Da jedoch gerade die Zurückverfolgung aller Produktbestandteile oft sehr aufwändig ist, bietet dies auch ein entsprechendes Einsparpotential. Daher sind klare Regeln für das Vorgehen unabdingbar, wie

z. B. Rückverfolgung nur bei einem gewissen Prozentanteil, nur bei besonders kritischen Bestandteilen (gegebenenfalls gut auf Grundlage einer risikobasierten Auditierung eingrenzbar).

c) Mit abweichenden Abschneidekriterien können spezifische Besonderheiten der Produktkategorie berücksichtigt werden.

d) Vereinfachungen bei der Fortschreibung der Kriterien durch im Vorfeld definierte Übernahmen der Fortschreibung von natureplus

e) Aufnahme von Ausnahmen für Klein- und Kleinst-Unternehmen in die Kriterien: Dies kann unterschiedliche Kriterienbereiche betreffen, wie z. B. die Art und Weise der Dokumentation als auch einzelne Inhaltsstoffe.[112] In rückblickenden Analysen der Zertifizierungserfahrungen der letzten 25 Jahre gibt es auch Forderungen, dass es im Sinne der jeweilig übergeordneten Zielsetzung des Labelinhabers für Kleinstunternehmen lohnender wäre, eine entsprechende Beratung zur Verfügung zu stellen, als klassische Zertifizierungskontrollen durchzuführen.[113] [114]

2. Vereinfachungen im Zertifizierungsprozess

a) Vereinfachungen bei Organisation und Verwaltung:
Organisatorische Vereinfachungen können z. B. Erleichterungen bei Dokumentationspflichten betreffen. Die Abgrenzung zu inhaltlichen Aspekten ist jedoch fließend. So hat die Festlegung längerer Fristen für Wiederholungsprüfungen neben der verwaltungstechnischen eindeutig eine maßgebliche inhaltliche Komponente.

b) Vereinfachungen bei den Prüfverfahren (Erst- und Folgezertifizierung), den laufenden Kontrollen und Dokumentationspflichten z. B.

- Anwendung von vereinfachten Verfahren bei geringfügigen Rezepturunterschieden, wie bereits bei natureplus zum Teil praktiziert, z. B. bei lediglich anderer Farbgebung;
- Verzicht der Kriterien, die generelle Nachhaltigkeitsaspekte (natureplus ist ein Nachhaltigkeits- und kein Öko-Label) oder nachrangige ökologische Kriterien betreffen, wie etwa Versiegelungsgrad der Produktionsstätten;

c) Bei den ökologisch wirksamen Eigenschaften von Bauprodukten geht es häufig um Schadstofffreiheit, problematische Inhaltsstoffe während des Einbaus

[112] vgl. Buntzel, R./ Mari F. 2016, S. 347
[113] vgl. Walther-Thoß, J. 2016, S.20
[114] vgl. Buntzel, R. 2016

oder der Entsorgung. Bei einer Fremdkontrolle sind damit durchaus umfangreiche Kosten für z. B. Vor-Ort-Inspektionen und Laborkontrollen zu erwarten. Aus diesem Grund ist eine Selbstauskunft bezüglich des Vereinfachungspotentials durchaus bedeutsam.
Bei der Abwägung Selbstauskunft versus Fremdüberwachung muss die Relevanz der Information einbezogen werden (siehe auch 4.3.2.3 / 4.3.2.4). Kommt man zu dem Schluss, dass eine Selbstauskunft eine maßgebliche Einsparung an Geld und Zeit mit sich bringen würde, so wären in diesem Falle die öffentlichkeitswirksame Sanktionierungsmaßnahmen, wie z.B. eine Aberkennung des Labels, umso effektiver, je größer Bekanntheitsgrad und Anzahl der in beiden Labels vertretenen Hersteller sind. Allerdings sind dabei Stichprobenkontrollen und unbedingte Veröffentlichung von Verstößen jeder Art unverzichtbar. Auf keinen Fall darf eine Diskreditierung des fremdüberwachten Kooperationslabels eintreten.

Die bereits unter 2.5.5 erwähnte risikobasierte Auditierung[115] stellt eine vielversprechende Möglichkeit dar, die Missbrauchsgefahr bei einer Fremdauskunft zu reduzieren. Schon bei der Kriterienentwicklung sollte die dafür notwendige Analyse der für eine Nichteinhaltung besonders „rentablen" Eigenschaften erfolgen und geeignete Gegenmaßnahmen entwickelt werden. Erfahrungen damit gibt es bislang überwiegend in der Lebens- und Futtermittelproduktion. Da im Gegensatz dazu die Baustoffe losgelöst von jahreszeitlichen Rhythmen produziert werden, haben Kontrollfrequenzen ohnehin einen anderen Stellenwert. Die Risikoeinteilungen hierfür müssten noch erarbeitet werden.

Die Erkenntnisse der Studie VERUM (siehe 4.3.2) zu Vereinfachungsmöglichkeiten sollten darüber hinaus im Entwicklungsprozess genutzt werden (auch wenn die Zielrichtungen von VERUM andere Schwerpunkte hatte[116]), z. B. durch Integration der Autoren in die Konsultationen bei konkreten Belastungsbewertungen.

[115] Neuendorff J., 2016, S.472 ff
[116] Schwerpunkt ist das Vorgehen für eine schnelle Erstbewertung von Neuentwicklungen bezüglich ihres Umweltvorteils in politischen Entscheidungsprozessen.

5.4. ÖkoPlus: Juristische Aspekte

Ein weiterer Vorteil bei einer Kooperation ist die bereits schon aus einem Praxistest resultierende Erfahrung bezüglich eventueller juristischer Bewertungen des Labels im Außenverhältnis. Umso wichtiger ist dann eine sorgfältige Abwägung gerade der Abweichungen.
Bei einer Kooperation muss darüber hinaus das Innenverhältnis juristisch definiert werden, u.a. auch wie verbleibende juristische Risiken zwischen den beiden Kooperationspartnern aufgeteilt werden.

Ergänzend zu den Ausführungen zur Volldeklaration unter 4.4 kann angeführt werden, dass die Forderung danach gerade im Baubereich eine besondere Stellung hat. Bei der in der Regel langjährigen Nutzung von Bauprodukten ist die höhere Relevanz des Gesundheitsschutzes der Nutzer evident. Eine Schadstofffreiheit während der Nutzungsphase könnte gegebenenfalls noch mittels einer sorgfältigen Schadstoffmessung sichergestellt werden. Bei der Entsorgung am Lebensende des Produkts greift dieses Argument jedoch nicht. Zudem können Gebäudenutzer und -inhaber wechseln. Der Beschaffer des Produkts berührt also – unbenommen von globalen ökologischen Auswirkungen – im Hinblick auf Humantoxikologie und bei den Aufwendungen bei der Entsorgung die Betroffenheiten Dritter. Daher sollte von dieser Forderung gerade bei Bauprodukten nicht abgewichen werden.
In einem Forschungsvorhaben der Deutschen Bundesumweltstiftung wird die Ansicht vertreten, dass Verbraucher unter Verweis auf das Produktsicherheitsgesetz einen Anspruch auf sicherheitsrelevante Informationen über die einzelnen Stoffe in den Produkten haben.[117] Etliche Hersteller (z. B. Auro) veröffentlichen seit vielen Jahren eine Volldeklaration, ohne dass zugleich Nachahmerprodukte auf den Markt gelangen.

[117] vgl. Arbeitsgemeinschaft kontrolliert deklarierte Rohstoffe im Auftrag der Deutsche Bundesstiftung Umwelt, 2008 S. 2-18

6. Fazit

6.1. Fazit allgemein

Die Prozesse für grundlegende Entwicklung von Bewertungskriterien sind eigentlich durch Normen festgelegt, allerdings sind diese nicht verpflichtend. Zudem beschränken sich zahlreiche Label auf einen einzigen oder nur wenige Aspekte, ein umfänglicher Kriterienentwicklungsprozess wird dafür oft nicht durchgeführt.
Die Qualität eines Labels ist für den Verbraucher nicht auf den ersten Blick ersichtlich, was den angestrebten Effekt eines Labels – eine vertrauenswürdige Informationsvereinfachung – konterkariert. Ein Verzicht auf wesentliche Schritte bei der Kriterienentwicklung, beispielsweise bei der Einbindung interessierter Kreise, wäre besonders riskant, weil noch vor dem eigentlichen Erkenntnisgewinn eines Entwicklungsprozesses eine Einschränkung vorgenommen werden würde. Mit diesem Vorgehen oder mit Vereinfachungen der eigentlichen Zertifizierung würde immer das Risiko eines Glaubwürdigkeitsverlusts einhergehen. Da jedoch der wesentliche Sinn und Zweck eines Labels gerade die Steigerung des Vertrauens in die behaupteten Eigenschaften eines Produktes ist, würde das Zertifikat so bereits von vorneherein entwertet.

Aus diesem Grund ist eine vereinfachte Zertifizierung von Ökoprodukten nur bedingt bzw. in speziellen Konstellationen sinnvoll. Unabdingbar für das Entstehen eines Vertrauensverhältnisses ist eine transparente Kommunikation darüber. Um dem der Kernfrage zu Grunde liegenden Bedürfnis nach einer Vereinfachung dennoch gerecht zu werden, sind einige Szenarien denkbar.

6.1.1. Kooperationen

Vor dem Hintergrund der Existenz einer Vielzahl von Umweltzeichen stellen Kooperationen ein praktikables Instrument dar, um vereinfachte Zertifizierungen ohne die sonst damit einhergehenden negativen Begleiterscheinungen, wie etwa Verlust der Glaubwürdigkeit, zu ermöglichen.
Dies wird erreicht durch eine bewusste und transparente Reduktion der Kriterien, die ursprünglich gemäß Norm vollumfänglich entwickelt wurden. Die Einschränkungen müssen dabei klar kommuniziert werden. Bei einem eigenständigen vereinfachten Label würde immer die Gefahr bestehen, dass eine Reduktion bei Kriterienentwicklung oder Zertifizierungsprozess als Mangel an Fachwissen und Sorgfalt, oder auch als bewusste Hintergehung der Verbraucher interpretiert wird.

6.1.2. Risikobasierte Audits

Eine vielversprechende Möglichkeit, Aufwendungen für laufende Kontrollen zu minimieren, ist das risikobasierte Audit. Hier gäbe es weiteren interdisziplinären Forschungsbedarf (Umweltpsychologie, Ökonomen und Fachleute der jeweiligen Produktkategorie), um die konkreten Einsparpotentiale herauszuarbeiten. Da z. B. auch im Öko-Landbau aufwändige Kontrollen und Dokumentationen die am häufigsten genannten Gründe für eine Rückumstellung darstellen, wäre dies ein lohnender Ansatz.

6.1.3. Rolle des Staates – niederschwellige Angebote

Grundsätzlich wäre es in mehrerlei Hinsicht sinnvoll, bei Umweltzeichen generell auch vereinfachte Zertifizierungsmöglichkeiten vorzusehen. Damit können für Klein- und Kleinstunternehmen, für start-ups oder für Umstellungsbetriebe durch ein niederschwelliges Angebot Handlungshemmnisse vermieden und trotzdem allgemein gültige Qualitätsstandards sichergestellt werden. Unabdingbar sind aber dabei die beschriebene Einhaltung der Prozesse, sowie eine klare und bewusste Definition und Kommunikation der Einschränkungen. Dies können sowohl weniger strenge numerische Grenzwerte, als auch Fokussierung auf eine bestimmte Umweltkategorie oder einige wenige Kriterien darstellen.

Es sollte im Interesse der unterschiedlichen staatlich bzw. EU-weit proklamierten Ziele einer Förderung des Umweltgedankens liegen, dafür nicht nur einheitliche Standards für die Kriterienentwicklung zu setzen, sondern auch die Kriterien an sich zumindest für einen Minimalstandard festzulegen.
Das Prinzip der Regelungen für den Lebensmittelbereich könnte auch auf andere Produkte ausgeweitet werden: ein staatliches oder europäisches Biosiegel mit Mindeststandards, das durch anspruchsvollere private Siegel ergänzt wird.
Das würde neben dem Effekt einer einheitlichen Basis für Ökoprodukte bereits eine wirtschaftliche Entlastung für die Kosten der Kriterienentwicklung – und damit letztlich für Hersteller und Verbraucher – mit sich bringen.

6.1.4. Weitere Hilfestellungen – Weiterentwicklungen

Ausdrücklich etabliert sollten Hilfestellungen, Beratung und gegebenenfalls auch finanzielle Förderungen für zertifizierungswillige Produzenten werden. Diese Förder-

maßnahmen sollte der Labelinhaber soweit möglich anbieten oder vermitteln – oder aber sich für deren Unterstützung beispielsweise von staatlicher Seite einsetzen.

Weiter sind Zertifizierungssysteme generell regelmäßig einer Erfolgskontrolle zu unterziehen. Zertifizierungen sollten nicht nur eine optimale Verbraucherinformation gewährleisten. Sie müssen sich vielmehr an dem übergeordneten Zweck messen lassen, ob der Veränderungsdruck auf Politik, Gesellschaft und Unternehmens im Sinne des ideellen Ziels weiterentwickelt wird und damit diesbezügliche Fortschritte vorangetrieben oder diese vielleicht eher verhindert werden.[118]

6.2. Fazit ÖkoPlus

6.2.1. Marktlage günstig für Kooperation und Mehrstufigkeit

Im Bereich der Öko-Baustoffe sind bislang vergleichsweise wenige Umweltzeichen auf einem ohnehin relativ kleinen Markt vertreten. Die meisten davon betrachten nur einige Aspekte (z. B. einzelne Baustoffe, Ressourcen, Regionalität) und stellen keine umfassenden Umweltlabel dar. Dies sollte als Chance begriffen werden. Bei entsprechenden Kooperationen könnte eine eher Verwirrung stiftende Labelvielfalt von vorneherein eingegrenzt werden. Eine Zusammenarbeit der überschaubaren Anzahl an bestehenden Umweltlabels ist darüberhinaus die vielversprechendste Möglichkeit, die gemeinsamen Interessen in Politik und Gesellschaft durchsetzungsstark zu vertreten.
Bei einer erfolgreichen Kooperation sollte für alle Seiten ein Gewinn entstehen: für das bestehende Label durch Erschließung neuer Kunden- und Produktgruppen, sowie für das neue Label durch eine von Beginn an relevantere Einflussgröße, Teilhabe an einer etablierten Organisation mit ebensolchen Prozessen und einem positiven Image. Aber auch Hersteller und Kunden profitieren. Die Schaffung von einem niedrigschwelligen Einstiegszertifikat erhöht die Chancen, dass mehr und innovative Produkte zertifiziert und Markt etabliert werden können.
Herausforderung einer solchen Mehrstufigkeit ist, dass die unterschiedlichen Bewertungsstufen klar und positiv kommuniziert werden müssen. Zugleich muss vermittelt werden, dass das weniger anspruchsvolle Zertifikat keine Minderwertigkeit bedeutet, sondern vielmehr eine Förderung von neuen Entwicklungen, von Verbreiterung und Vielfalt der Märkte sowie eine differenzierte Auseinandersetzung mit den Vor- und Nachteilen der Produktpalette. Gerade damit dient es dem ökologischen Gedanken.

[118] vgl. Maier J., 2016 S. 374

6.2.2. Rolle des Staates – Ressourcenwende – Ausblick

Umweltzeichen für Bauprodukte bekommen gerade im Kontext der Energiewende einen besonderen Stellenwert. Aktuell wird beispielsweise jegliche Form von Dämmung unabhängig vom Material im Zuge einer energetischen Sanierung gefördert, obwohl die dabei am weitesten verbreitete Polystyroldämmung einer Bewertung als ökologischer Baustoff auf keinen Fall Stand halten würde und unter anderem bezüglich der Entsorgung höchst umstritten ist. Eine ganzheitliche Betrachtung ist hier mehr als überfällig. Die in den letzten Jahren in diesem Zusammenhang diskutierte globale Ressourcenwende ist noch viel zu wenig ins öffentliche Bewusstsein gelangt. Um die im Baubereich eingesetzten Rohstoffe unter ressourcensparenden Gesichtspunkten beurteilen zu können, wäre ein dahingehendes Umweltzeichen ein unumgänglich notwendiges Werkzeug.

Allein vor diesem Hintergrund ist es der hohen politischen und gesellschaftlichen Relevanz der Problematik bei weitem nicht angemessen, wenn allein private Vereinigungen dieser Aufgabe gerecht werden sollen. Daher wäre ein staatliches oder EU-weites Umweltzeichen notwendig, zumindest aber Vorgaben und gegebenenfalls auch eine entsprechende Förderung dafür. Analog dem existierenden EU-Bio-Siegels für Lebensmittel aus ökologischem Landbau wäre es denkbar, ein solches Siegel EU-weit auf weitere Produktkategorien zu erweitern. Dies wäre sicherlich ein längerer Prozess, der jedoch davon unabhängig auf nationaler Ebene vorangetrieben werden sollte.
Als weitere staatliche Förderung wäre auch eine Übernahme der Zertifizierungskosten auf Zeit denkbar. Entfallen für den Produzenten für die ersten 2-3 Jahre diese Aufwendungen, so ist sehr wahrscheinlich, dass er sich im Anschluss weiter rezertifizieren lässt.

6.2.3. Förderung der gesellschaftlichen Wahrnehmung – neue Medien

Weitere Verbesserungen der eigentlichen Zielsetzung eines Umweltzeichens für ökologische Bauprodukte bestehen in der Erhöhung des Bekanntheitsgrades und des Wissenstransfers. Dabei sollten nicht nur Hersteller und Endkunden von Bauprodukten betrachtet werden, sondern alle Multiplikatoren dazwischen. Das können für den Wissenstransfer Handwerks- und Handelsverbände (wie z. B. ÖkoPlus) und Berufsschulen sein, aber vor allem auch Hochschulen. Diese spielen eine weichenstellende Rolle bei der Ausbildung der nächsten Generationen von planenden Ingenieurberufen. Die Weiterbildung der aktuell aktiv planenden Architekten bietet weiteres Optimierungspotential. Bei der aktuellen Lage der Bauwirtschaft mit vollen Auftragsbüchern

sehen viele keinen Grund für die Aktualisierung ihres Fachwissens, zumal bei innovativen Baustoffen unter Umständen ein erhöhtes Haftungsrisiko besteht. Hier müssen Architektenkammern ihrer Klientel nicht nur entsprechende Angebote, sondern auch die Dringlichkeit der Thematik darlegen. Architektenkammern, Fachpresse und Verbraucherorganisationen stellen darüber hinaus wichtige Protagonisten für die Verbesserung der Öffentlichkeitswahrnehmung insgesamt dar.

Bei der Kommunikation muss darüberhinaus unbedingt dem Stellenwert der neuen Medien Rechnung getragen werden. Das Internet kann nicht nur eine schnelle, umfassende und jederzeit transparente Informationsübermittlung gewährleisten. Es würde darüber hinaus eine Möglichkeit eröffnen, die Frage nach einer korrekten Gewichtung der einzelnen Wirkungskategorien (Humangesundheit, Ressourcenschonung und Ökosystem) wenigstens für eine internetaffine Zielgruppe differenzierter und individueller zu lösen. Dabei können hochinvolvierte Endkunden und Entscheider im Optimalfall selbst festlegen, welche ökologischen Eigenschaften für sie persönlich höhere Relevanz haben und danach eine Produktauswahl treffen. Dazu würden zusätzlich zur Gesamtwertung des Produktes mit einer durchschnittlich relevanten Gewichtung auch die einzelnen Teilwertungen veröffentlicht. Dies funktioniert nicht nur mittels elektronischer Medien, wäre aber in diesem Fall wesentlich einfacher. Für den Einzelhandel ist eine Abfrage der Teilwertungen per Smartphone-App und Barcodescanner durch den Endkunden denkbar, für Planer oder Großhandel mittels einer Internetseite oder auch mit konventionellem Informationsmaterial.

Gemessen an diesen künftigen Entwicklungspotentialen stellen die breitgefächerten Möglichkeiten einer Zertifizierung durch eine Kooperation eine relevante Stärkung der Umweltbelange dar. Von einem weit verbreiteten Umweltzeichen für Bauprodukte profitieren neben den Herstellern und Händlern eine Vielzahl von Beteiligten: Kunden, Planer, Investoren, öffentliche Bauherren, Förderstellen des ökologischen Bauens sowie mit der Weiterentwicklung der Grundsätze des ökologischen Bauens befasste Stellen. Damit wird ein zukunftsträchtiger und für die Belange des Umweltschutzes äußerst relevanter Markt durch die Verbreiterung der Produktpalette und Erschließung neuer Zielgruppen forciert. ÖkoPlus hat hier die Chance, wertvolle Weichenstellungen zur Stärkung der ökologischen Belange mit zu entwickeln.

7. Literatur

Arbeitsgemeinschaft kontrolliert deklarierte Rohstoffe im Auftrag der Deutsche Bundesstiftung Umwelt, 2008: Endbericht über das Forschungsvorhaben „Erstellung einer internetbasierten Datenbank zur Volldeklaration von Bauprodukten für Hersteller und Konsumenten", Frankfurt

Benzing, A. 2016 „Masterarbeit" Mail von benzing@ceres-cert.com vom 05.12.2016, CERES GmbH, siehe Anhang, 8.1.2

Berger, M. / Finkbeiner M. et al, 2014 „Vereinfachte Umweltbewertungen des Umweltbundesamtes (VERUM), Dessau-Roßlau

Berndt, H., (1984): „Informationsmenge und Informationsverarbeitungsleistung bei Konsumentscheidungen.". In: Marketing ZFP, Heft 3, zitiert nach Rubik, Fr./ Weskamp, C., 1996, S. 16

Blind K. / Mangelsdorf A., 2016: „Zertifizierung in deutschen Unternehmern - zwischen Wettbewerbsvorteil und Kostenfaktor" in Friedel R. / Spindler E. (Hrsg.) 2016: „Zertifizierung als Erfolgsfaktor. Nachhaltiges Wirtschaften mit Vertrauen und Transparenz", Wiesbaden

Blind, K., Gauch, S., Goluchowicz, K., Grossmann, A.-M., & Rauber, J., 2013: „Deutsches Normungspanel – Indikatorenbericht 2013", Deutscher Förderverein zur Stärkung der Forschung zur Normung und Standardisierung e. V., zitiert nach Blind K. / Mangelsdorf A., 2016

Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin, o. J.: „Was ist ein zid" http://www.reach-clp-biozid-helpdesk.de/de/Biozide/Biozid-Definition/Definition.html aufgerufen am 18.12.2016

Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE), ohne Datum: „Einflussfaktoren auf die ge" https://www.oekolandbau.de/haendler/marktinformationen/einflussfaktoren-auf-den-biomarkt/haendlernachfrage/ aufgerufen am 1.10.2016

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (Hrsg.), 2016: „Label-Awareness: Wie genau schaut der Konsument hin? – Eine Analyse des Label-Bewusstseins von Verbrauchern unter besonderer Berücksichtigung des Lebensmittelbereichs" in: Berichte über die Landwirtschaft. Zeitschrift für Agrarpolitik und Landwirtschaft. Band 94 / Ausgabe 2, Hrsg., Berlin

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit / Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. / Umweltbundesamt (Hrsg.), 2014: „Umweltinformationen für Produkte und Dienstleistungen. Anforderungen, Instrumente, Beispiele"

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit, 2016: „Hendricks fordert globale de" http://www.bmub.bund.de/presse/pressemitteilungen/pm/artikel/hendricks-fordert-globale-ressourcenwende/ aufgerufen am 9.12.2016

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, 2015: „Die Mindestanforderungen. Glaubwürdigkeit, Umweltverträglichkeit und Sozialverträglichkeit", Berlin, auf https://www.siegelklarheit.de/assets/pdfs/mindestanforderungen.pdf aufgerufen 01.09.2016

Buntzel, R./ Mari F. 2016: „Gutes Essen – arme Erzeuger. Wie die Agrarwirtschaft mit Standards die Nahrungsmärkte beherrscht", München

Buntzel, R., 2016: „Buchvorstellung: Gutes Essen – arme Erzeuger", Blogbeitrag vom 14.7.2016 http://info.brot-fuer-die-welt.de/blog/buchvorstellung-gutes-essen-arme-erzeuger aufgerufen am 24.3.2017

Clausen J. / Wruk H.-P./ (Überarbeitung: Hasenmüller, Ph./ Neubüser, T./ Schaltegger, St.) 2005 „Standards & Normen des Nachhaltigkeitsmanagements", Lüneburg, S. 72

Dabbert, S. (Hrsg) et al 2012: „Economic analysis of certification systems in organic food and farming. EU project CERTCOST. Synthesis port" http://www.certcost.org/Lib/CERTCOST/Deliverable/D23.pdf aufgerufen am 04.02.17

Darby, M.R./ Karni, E., 1973: „Free Competition and the Optimal Amount of Fraud" in: Journal of Law and Economics, Vol. 16, pp. 67 - 88.

Deutsche Akkreditierungsstelle (DAkkS), o. Datum: „Wie verläuft der Akkreditierungsprozess?" http://www.dakks.de/content/wie-verläuft-der-akkreditierungsprozess aufgerufen am 02.10.2016

DGNB, 2015: „DGNB-Kriterien 2015" Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen, http://www.dgnb-system.de/de/system/kriterien/neubau_gebaeude/ aufgerufen am 17.12.2016

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V., o.J.: „Unsere Bewertung" https://label-online.de/unsere-bewertung/ aufgerufen am 22.1.2017

diffferent GmbH (Hrsg.), 2010: „Bio-Einkaufsliste 2010", Berlin https://www.diffferent.de/assets/10-02-20_diffferent_Bio-Einkaufsliste_Studienabstract.pdf aufgerufen am 27.11.2016

DINB, 2014: „DINB Ziele" https://www.dinb.de/willkommen/ziele/ aufgerufen am 27.12.16

Eberle U., 2000: „Das Nachhaltigkeitszeichen: ein Instrument zur Umsetzung einer nachhaltigen Entwicklung?", Gießen

ECOLABEL INDEX o.J.: http://www.ecolabelindex.com/ aufgerufen am 3.11.2016

Eidgenössisches Büro für Konsumentenfragen, 2003: „Label im Zusammenhang mit der nachhaltigen Entwicklung. Neues Interesse der Konsumenten", Bern http://docplayer.org/storage/33/16455368/1475505663/4HV4Pr5yzzrR6A7D5OBXwg/16455368.pdf aufgerufen am 3.10.2016

Forum Nachhaltiges Bauen, 2017: Wärmedämmstoffe. Polystyrol EPS –Ökobilanz. http://nachhaltiges-bauen.de/baustoffe/Polystyrol%20EPS aufgerufen am 16.4.2017

Friedel R./ Spindler E. (Hrsg.), 2016: „Zertifizierung als Erfolgsfaktor. Nachhaltiges Wirtschaften mit Vertrauen und Transparenz", Wiesbaden

Fuchs, S. 2016: „Masterarbeit ökologische Baustoffe", Mail von sebastian.fuchs@demeter.de vom 01.12.2016, Demeter e. V., siehe Anhang 8.1.1

Goedkoop, M. / Spriensma, R. 2001: „The Eco-indicator 99. A damage oriented method for Life Cycle Impact Assessment" https://www.pre-sustainability.com/download/EI99_methodology_v3.pdf aufgerufen am 13.12. 2016

Grefe, Chr., 2016: „Gutes Essen, arme Bauern" in „DIE ZEIT" Nr. 20/2016

Handelsverband Deutschland (Hrsg.), 2010: „Umweltschutz leben – Ein Beitrag des Handels", Berlin http://www.einzelhandel.de/index.php/publikationen-hde/item/download/100_a761589e5a5446d76a63b74be1a1c07a aufgerufen am 25.09.2016

Hansen, U. (Hrsg.), 1995: „Verbraucher- und umweltorientiertes Marketing, Spurensuche einer dialogischen Marketingethik" Stuttgart

Hansen, U. / Kull St., 1995: „Öko-Label als umweltbezogenes Informationsinstrument: Begründungszusammenhänge und Interessen", in: Hansen, U. (Hrsg.) 1995 „Verbraucher- und umweltorientiertes Marketing, Spurensuche einer dialogischen Marketingethik" Stuttgart

Häßler, R.-D. / Mahlmann, I./ Schoenheit, I., 1998: „Erfolgskontrolle Umweltzeichen – Überprüfung der Wirksamkeit aus Sicht der zeichennutzenden Unternehmen und ausgewählter Experten." UBA-Texte 61/98, Berlin

Haubach, Chr./ Moser, M./ Schmidt, M./ Wehner, Ch; 2013: „Die Lücke schließen – Konsumenten zwischen ökologischer Einstellung und nicht-ökologischem Verhalten" erschienen in „Wirtschaftspsychologie" Heft 2/3-2013, S.43ff, Lengerich

IBR (Institut für Baubiologie Rosenheim), 2014: „Prüfsiegelrichtlinien" http://baubiologie-ibr.de/sites/default/files/files/2014-04_Pruefsiegelrichtlinien_DE.pdf aufgerufen am 5.3.2016

Institut Bauen und Umwelt (Hrsg.), 2016, „Allgemeine Programmanleitung der EPD-Erstellung beim Institut Bauen und Umwelt e.V." Berlin

Kaiser, A., 2009: „Kontrollpflicht und Zertifizierung bei Bio-Produktion – eine Kurzanleitung" http://www.it-recht-kanzlei.de/kontrollpflicht-zertifizierung-bio-produkte-kurzanleitung.html aufgerufen am 25.09.2016

Konrad W./ Scheer D., 2010: „Grenzen und Möglichkeiten der Verbraucherinformation durch Produktkennzeichnung" erschienen in der Publikationsreihe "BfR-Wissenschaft", herausgegeben von A. Epp, S. Kurzenhäuser, R. Hertel, G. Böl, Berlin.

Kreidezeit, 2010: „Produktinformation Kreidezeit Marmor Sumpfkalk" http://www.kreidezeit.de/Produktinformationen/PDFs_Datenblaetter/Marmor%20Sumpfkalk.pdf aufgerufen am 25.10.2016

Kunze A., 2012: „Nicht noch mehr Labels" in DIE ZEIT Nr. 3/2012, Hamburg

Löw T., 2016: „Zertifizierung, Auditierung, Akkreditierung – Einführung in die Funktionsweise von Konformitätsbewertungssystemen und die verwendeten Begriffe" in Friedel R. / Spindler E. (Hrsg.) 2016: „Zertifizierung als Erfolgsfaktor. Nachhaltiges Wirtschaften mit Vertrauen und Transparenz", Wiesbaden

Maier J., 2016: „Zertifizierung für mehr Nachhaltigkeit" in Friedel R. / Spindler E. (Hrsg.) 2016: „Zertifizierung als Erfolgsfaktor. Nachhaltiges Wirtschaften mit Vertrauen und Transparenz", Wiesbaden

Meyer-Höfer M./ Spiller A., 2016: „Strategien und Erfolgskriterien für Zertifizierungssystem am Beispiel der Agrar- und Ernährungswirtschaft" in Friedel R. / Spindler E. (Hrsg.) 2016: „Zertifizierung als Erfolgsfaktor. Nachhaltiges Wirtschaften mit Vertrauen und Transparenz", Wiesbaden

Mötzl, H./ Bauer B./ Gann M./ Lipp B./ Zelger Th., 2001: „Internationales Umweltzeichen für nachhaltige Bauprodukte. Zusammenführung der Prüfkriterien von anerkannten Umweltzeichen in Zusammenarbeit mit dem del“ IBO, Wien, im Auftrag des Bundesministeriums für Verkehr , Innovation und Technologie

natureplus e.V., 2015: „Vergleich von Prüfzeichen für Baumaterialien mit Nachhaltigkeitsmerkmalen in Europa“ Abschlussbericht des Forschungsvorhabens „Zukunft Bau“, Neckargemünd

natureplus e.V., 2015b: „AgBB ändert Bewertungen“. http://www.natureplus.org/index.php?id=157&L=2&tx_ttnews%5Btt_news%5D=741&tx_ttnews%5Bpointer%5D=193&cHash=88c1ee3990fbd08ccc0a6abf483c5223 aufgerufen am 3.1.2017

natureplus e.V., 2011: „Vergaberichtlinie 0000 Basiskriterien“, Neckargemünd

Nelson, P. 1974: „Advertising as Information“ in: The Journal of Political Economy, Vol. 82 (1974), S. 729-754 http://www.journals.uchicago.edu/doi/10.1086/260231 aufgerufen am 10.10.2016

Neuendorff, J., 2016: „Zertifizierung – vertrauenswürdig?!“ in Friedel R. / Spindler E. (Hrsg.) 2016: „Zertifizierung als Erfolgsfaktor. Nachhaltiges Wirtschaften mit Vertrauen und Transparenz“, Wiesbaden

Nordic Ecolabelling, o.J.: „The Mission of The Nordic Swan“ http://www.nordic-ecolabel.org/about aufgerufen am 10.1.2017

Niggli U., 2016: „Zertifizierung von ökologischen Standards“ in Friedel R. / Spindler E. (Hrsg.) 2016: „Zertifizierung als Erfolgsfaktor. Nachhaltiges Wirtschaften mit Vertrauen und Transparenz“, Wiesbaden

PUSCH, o.J.: „Beurteilung des tems“ http://www.labelinfo.ch/de/labelbewertungen/beurteilung-des-labelsystems aufgerufen am 22.1.2017

Öko-Institut e.V., 2011: „Bewertung ausgesuchter Warengruppen nach ökologischen und sozialen Kriterien für den Landschaftsverband Rheinland. Aktualisierung 2011“, Freiburg

Öko-Institut e.V., 2016 „Rohstoffwende 2049. Zur Zukunft der nationalen und internationelen Rohstoffpolitik“ https://www.oeko.de/forschung-beratung/themen/nachhaltige-ressourcenwirtschaft/rohstoffwende-2049-zur-zukunft-der-nationalen-und-internationalen-rohstoffpolitik/ aufgerufen am 9.12.2016

ÖkoPlus, o. Jahr: „Kriterien für ökologische Baustoffe"
http://www.oekoplus.de/basiswissen/kriterien/bewertungskriterien~8ae67d845241a5840152a79e6a920f68.de.html aufgerufen am 5.11.2016

ÖkoPlus, 2017: „Naturbau. Von der Nische zum Massenmarkt. Hausbau als CO_2-Speicher" Branchentag Berlin 06.05.2017
http://www.oekoplus.de/file/8ae67d845241a5840152a7c550511049.de.0/branchentag%20naturbau_flyer%20fertig1.3.2017.pdf aufgerufen am 07.05.2017

Petersen, H./ Schaltegger, St., 2009: „Einführung in das Nachhaltigkeitsmanagement", Lüneburg

Petersen, H./ Schaltegger, St. et al, 2002: „Marktorientiertes Umweltmanagement", Hagen

Petersen, H./ Schaltegger St., 2014: „Das Label für nachhaltige Produkte", Lüneburg

RAL gGmbH, 2015: „RAL-UZ 102 – Emissionsarme Innenwandfarben – Vergabegrundlage für Umweltzeichen", Sankt Augustin

Rubik, Fr./ Weskamp, C., 1996: „Verbraucherschutz durch Produktkennzeichnung" Gutachten im Auftrag des Bundesministerium für Wirtschaft, Berlin/Heidelberg: iöw (Institut für ökologische Wirtschaftsforschung)

Sammer K.,/ Wüstenhagen, R., 2006, „The influence of eco-labelling on consumer behaviour – results of a discrete choice analysis for washing machines. Business, Strategy and the Envionment, 15 (3), 185-199; zitiert nach Haubach et al 2013

Schaus, K., 2013: „Der Weg zu nachhaltiger Kleidung – Standards, Siegel und politische Rahmenbedingungen" im Auftrag der Bundestagsfraktion Bündnis 90/ Die Grünen, Konstanz, https://www.gruene-bundestag.de/fileadmin/media/gruenebundestag_de/themen_az/verbraucherschutz/Gutachten_Nachhaltige_Kleidung.pdf aufgerufen am 14.09.2016

Schlatter, A., 1999: „Nutzen statt Kosten" in „Ökologisch Wirtschaften" 1/1999
http://www.oekologisches-wirtschaften.de/index.php/oew/article/download/994/994 aufgerufen 11.09.2016

Schorb, A., 2012: „WWF-Labelratgeber Holz- und Papierprodukte" eine Analyse des ifeu-Instituts im Auftrag des WWF, Berlin

Schukey, M., 2016:„Ein Blick in die Praxis – Software zur Dokumentenlenkung und zum Workflowmanagement im Zertifizierungsalltag“ in: Friedel R. / Spindler E. (Hrsg.) 2016: „Zertifizierung als Erfolgsfaktor. Nachhaltiges Wirtschaften mit Vertrauen und Transparenz“, Wiesbaden

Seifert, B., 1999: „Richtwerte für die Innenraumluft“ erschienen im Bundesgesundheitsblatt – Gesundheitsforschung – Gesundheitsschutz 3-99 https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/pdfs/TVOC.pdf abgerufen am 3.1.2017

Statista, 2016: „Bekannteste Gütesiegel in Deutschland im Jahr 2016“ https://de.statista.com/statistik/daten/studie/273322/umfrage/gestuetzte-bekanntheit-von-guetesiegeln-in-deutschland/ abgerufen am 5.3.2017

Stieß, I./ Brizle-Harder, B./ Siembab M./ Schietinger, E., 2013: „Der Blaue Engel – ein Klassiker mit Potenzial. Eine empirische Studie zu Verbraucherakzeptanz und Marktdurchdringung des Umweltzeichens“ im Auftrag des Umweltbundesamtes, Frankfurt: Institut für sozial-ökologische Forschung (ISOE)

Teufel, J./ Rubik F./ Scholl, G./ Stratmann, B./ Graulich, K./ Manhart, A., 2009: „Untersuchung zur möglichen Ausgestaltung und Marktimplementierung eines Nachhaltigkeitslabels zur Verbraucherinformation“ Freiburg: Öko-Institut eV

Teufel, J., 2011: „Konzeptionsformen und Lösungsansätze für ein Nachhaltigkeitssiegel zur Verbraucherinformation“ Studie des Öko-Instituts e.V. (Projektleitung) und des Instituts für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) im Auftrag des Bundesministeriums füt Ernährung, Landwirtschaft, Verbraucherschutz (BMELV), https://www.gruene-bundestag.de/fileadmin/media/gruenebundestag_de/themen_az/verbraucherschutz/PDF/konzeptionsformen_und_loesungsansaetze_f.pdf aufgerufen am 30.08.2016

Ulrich, K./ Reinert, Fl., 2016: „Das Zertifizierungssystem FAIR´N GREEN“ in

Umweltbundesamt (Hrsg.), 2000: „Forschungsvorhaben „Europäisches Umweltzeichen für ökologische Bauprodukte“ des Umweltbundesamtes. – Endbericht“ Karlsruhe, Freiburg, Kiel https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/publikation/long/1985.pdf aufgerufen am 29.12.2016

Umweltinstitut München, 2014: „Unterschiede zwischen der EU-Verordnung Ökologischer Landbau und den Richtlinien der Anbauverbände Bioland, Naturland und Demeter“

http://www.umweltinstitut.org/fileadmin/Mediapool/Downloads/07_FAQ/Lebensmittel/vergleich_richtlinien.pdf aufgerufen am 23.04.2017

Umweltbüro für Berlin-Brandenburg e.V., 2016: „Ökokennzeichen bei Bauprodukten. Eine Verbraucherinformation zu ökologischen Produkten in der Baustoffbranche." Berlin, http://www.ubb.de/broschueren-flyer-und-formulare/category/1-broschueren?download=7:broschuere-oekobaustoffe aufgerufen 05.11.2016

Völker, R./ Tachkov, Ph., 2013: „Der Wert nachhaltiger Produkteigenschaften" in „Ökologisches Wirtschaften" 1/2013, Berlin http://oekologisches-wirtschaften.de/index.php/oew/article/view/1266/1253 aufgerufen 18.09.2016

Walther-Thoß, J., 2016: „Warum unterstützt der WWF die Entwicklung und Umsetzung von Standards?" in: Friedel R. / Spindler E. (Hrsg.) 2016: „Zertifizierung als Erfolgsfaktor. Nachhaltiges Wirtschaften mit Vertrauen und Transparenz", Wiesbaden

Weiber, R; Adler, J., (1995): Informationsökonomisch begründete Typologisierung von Kauf- prozessen. Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 47(1), 43-65 zitiert nach Kufahl B., 2007: „Abbau von Informationsasymmetrien durch Label" München

Wilke O./ Wiegner, K./ Jann, O./ Brödner D./Scheffer H., 2012: „Emissionsverhalten von Holz und Holzwerkstoffen" im Auftrag des Umweltbundesamtes, Dessau-Roßlau

Wolf, A., 2012: „Die Bedeutung von Gütesiegeln beim Kauf von Bio-Handelsmarken – empirische Untersuchungsergebnisse" in „Journal für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit" Heft 3/2012, Berlin: Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit

8. Anhang

8.1. Anhang Mail-Schriftverkehr

8.1.1. Anhang Mail-Schriftverkehr Demeter e.V.

Fuchs, S. 2016: „Masterarbeit ökologische Baustoffe“, Mail von sebastian.fuchs@demeter.de vom 01.12.2016, Demeter e. V.:

FS

Von: Sebastian Fuchs sebastian.fuchs@demeter.de **Betreff:** AW:Aktion-WG:MasterarbeitökologischeBaustoffe **Datum:** 1. Dezember 2016 um 09:34

An: Mittermeier Barbara mittermeier@mnet-mail.de

Liebe Frau Mittermeier,

leider kann man die Kosten nur an Beispielbetrieben ermitteln, Größe, Mitarbeiterzahl, Art der Verarbeitung (Bäcker sind ungleich aufwändiger als bspw. Safter), Produktrange, gewählte Kontrollstelle. In der Erzeugung sind die Unterschiede teilweise noch drastischer, ein kleiner bay. Grünlandbetrieb kommt in Jahr mit 250 € aus, Junghennenerzeuger mit mehreren Betriebszweigen oder –stellen kommt schnell auf 8.000 € oder mehr. Gerade im Verarbeitungsbereich ist vor allem der interne personelle Aufwand für die geforderte Dokumentation einer Zertifizierung nicht zu vernachlässigen, der in der Regel deutlich über den Dienstleistungskosten für Kontrollen liegt. Zertifizierungskosten im Sinne von Lizenzen für Siegelnutzung oder Mitgliedsbeiträgen gibt es nur bei Verbandszugehörigkeit, nicht auf EU-Ebene. Laborkosten entstehen ebenfalls in sehr unterschiedlicher Intensität, in der Landwirtschaft gar nicht, im handwerklichen Bereich kaum, bei internationalen Rohstoffen sehr hoch, diätetische Lebensmittel extrem hoch. Leider kann ich keine generelle Aussage machen, finanzielle Belastung reicht insgesamt von kaum vorhanden bis zu Bereichen wo der finanzielle Unterschied zwischen Verbandsprodukt und konv. Produkte aufgrund von Zusatzkosten wie Analysen und Zertifizierung/Lizenzierung einen deutlich höheren Anteil hat als der Mindererertrag pro Fläche.

Beste Grüße

Sebastian Fuchs Abteilungsleitung Qualität

Demeter e.V. I Brandschneise 1 I D-64295 Darmstadt Tel. + 49(0)6155-8469-38 I mobil + 49(0)176 24308624 sebastian.fuchs@demeter.de I

www.demeter.de

Rechnungsadresse: Demeter e.V. I Brandschneise 1 I 64295 Darmstadt
Tel. + 49(0)6155-8469-0 I Fax + 49(0)6155-8469-11

Vorstand: Klemens Fischer, Dr. Alexander Gerber I Vereinsregister: AG Darmstadt VR 3259

Demeter bei Markenstudie überragender Spitzenreiter – unangefochten die beste Bio-Marke... Mehr

1 Cent pro Ei für das Öko-Huhn von morgen! Mehr Folgen Sie uns auf Facebook!

8.1.2. Anhang Mail-Schriftverkehr CERES

Benzing, A. 2016 „Masterarbeit“ Mail von benzing@ceres-cert.com vom 05.12.2016, CERES GmbH

BA

Von: Albrecht Benzing benzing@ceres-cert.com **Betreff:** AW:Masterarbeit **Datum:** 5. Dezember 2016 um 09:09

An: mittermeier@mnet-mail.de

Sehr geehrte Frau Mittermeier,

Wir kalkulieren unsere Angebote auf der Grundlage eines Tagessatzes für das Audit vor Ort, plus eines Tagessatzes für die Büroarbeit für Auswertung des Berichts plus Zertifizierungsentscheidung. Zusatzaufwand für zusätzliche Arbeit, z.B. wegen größeren Nicht-Konformitäten, wird getrennt in Rechnung gestellt. Lizenzgebühren fallen bei uns nicht an, die werden zum Teil von den Standard-eignern erhoben (z.B. GOTS, UTZ), damit haben wir dann aber als Zertifizierer nichts zu tun. Nur im GLOBALGAP-Bereich gehört es zu unseren Aufgaben, die Lizenzgebühr im Auftrag des Standardeigners einzuziehen. Die GLOBALGAP-Lizenzgebühren für verschiedene Betriebsgrößen sind auf der Website der Or-ganisation einsehbar.

Grundsätzlich gehört die Beschwerde über zu hohe Zertifizierungskosten zum rhetorischen Standardrepertoire der betr. Betriebe. Es mag Branchen geben, wo dies der Fall ist. In den Bereichen, in denen wir tätig sind, beobachten wir das exakte Gegenteil: in vielen Ländern sind auf Grund der Konkurrenz die Zerti-fizierungskosten so niedrig, dass es fast unmöglich ist, eine qualitativ ausrei-chende Dienstleistung zu bieten.

Mit freundlichem Gruß

Albrecht Benzing, CERES GmbH

8.2. Anhang Tabelle 2 in DIN A3

Tabelle für Kapitel 3.5.1.1

Tab. 2 Kosten von ausgewählten Umweltlabels für Bauprodukte (zitiert nach natureplus e.V., 2015, sowie Angaben auf den jeweiligen Internet-Seiten der Labels)

Anhang Tab. 2 / Seite 1

Label	einmaligeKosten Antragstellung / Erstprüfung		wiederkehrende Kosten Folgeprüfungen	
eu-ecolabel	je Antrag (>10 Mio. € Unternehmensumsatz)	1.200 €	bei geringen Änderungen: 50% der Erstprüfung	
	für KMU (>2 bis 10 Mio. € Umsatz)	600 €		
	Kleinstunternehmen (bis 2 Mio. € Umsatz)	250 €		
	EMAS-zertifizierte Antragst. -30%	175 - 840 €		
	ISO14001-zertifiz. Antragst. - 15%	212 - 1.020 €		
	ohne Kosten der Konformitätsüberprüfung oder Vorort-Kontrollen etc.) Die Vergabe erfolgt an Produkte und Dienstleistungen, die geringere Umweltauswirkungen haben als vergleichbare Produkte.		mit der Veröffentlichung neuer Kriterien werden die bestehenden Zeichenbenutzungsverträge gekündigt, erneute Antragstellung auf Basis dieser Kriterien möglich. Überarbeitung der Kriterien **alle 3-5 Jahre**.	
natureplus	Vorprüfung Gebühr der Geschäftsstelle	100 €	Wiederholungsprüfung (**nach 3 Jahren**)	3.700 – 5.700€
	Prüfung Erhebungsbogen	1.000 €		
	bei gleichzeitiger Prüfung mehrerer Produkte zus. je Produktgruppe	100 €		
	Hauptprüfung	5.000-7.000 €		
	Zusatzleistungen nach Aufwand			
IBO	Anmeldung für das erste Produkt	900 €	2 Jahre gültig	
	...jedes weitere vergleichbare Produkt	100 €		
	...jedes weitere nicht vergleichbare Produkt	600 €		
	Erstprüfung (Kosten für mehrere Produkte nicht wesentlich höher)	2.500 - 7.300 €		
Osterr. Umwelt-zeichen	Antragsgebühr für das erste Produkt (für zus. Produkte: pauschal 100€)		nach 4 Jahren	
	Umsatz d. mit dem Produkt erzielten Umsatzes in Österreich			
	bis 200.000€	150 €		
	bis 750.000€	210 €		
	bis 2,2 Mio. €	410 €		
	bis 3,6 Mio. €	500 €		
	über 3.6 Mio. €	600 €		
	ohne Kosten für die Zertifizierung - Erhebung durch Gutachter aus einer Liste von qualifizierten Prüfstellen			
	ohne Kosten der Konformitätsüberprüfung oder Vorort-Kontrollen etc.)			

Fortführung der Tabelle auf der nächsten Seite

Tab.:2 Kosten von ausgewählten Umweltlabels für Bauprodukte (zitiert nach natureplus e.V., 2015, sowie Angaben auf den jeweiligen Internet-Seiten der Labels) alle Preise netto - ohne MWSt.

Anhang Tab. 2 / Seite 2

Beispiel für Unternehmen mit 1 Produkt	
Umsatz p.a./ Unternehmen	5.000.000 €
Umsatz p.a. / Produkt	100.000 €

Label	wiederkehrende Kosten		einmalige Kosten	wiederkehrende Kosten	
	jährliche Gebühr		Erstprüfung	Erst- und Folgeprüfungen (umgerechnet p.a.)	Nutzungs-gebühr p.a.
eu-ecolabel	je Antrag: Prozentwert des produktspez. Jahresumsatzes	0,15%			
	für KMU	0,1125%	600 €	100 €	
	Kleinstunternehmen	0,1125%			
	mind. pro Produktgruppe und Zeichennehmer	300 €			300 €
	maximal pro Produktgruppe und Zeichennehmer	25.000 €			
				100 €	**300 €**
			600 €		**400 €**
natureplus	je Produkt: Prozentwert des produktspez. Jahresumsatzes in den Ländern, in denen natureplus aktiv ist, davon 70% im Voraus	0,05%	100 €	1.333 €	
	mind. (für das 1. Produkt)	1.000 €	1.000 €		1.000 €
	für weitere Produkte:				
	2 vergleichbare Produkte	1.250 €	6.000 €	2.000 €	
	3 vergleichbare Produkte	1.350 €			
	jedes weitere vergleichbare Produkt	100 €			
	2 nicht vergleichbare Produkte	1.500 €			
	3 nicht vergleichbare Produkte	1.750 €			
	jedes weitere nicht vergleichbare Produkt	250 €			
	Folgeprüfung (jährlich)	430 €		430 €	
				3.763 €	**1.000 €**
			7.100 €		**4.763 €**
IBO	Nutzungsgebühr für das 1. Produkt	1.300€	900 €	450 €	1.300 €
	2. Produkt	875 €			
	3. Produkt	610 €			
	4.-9. Produkt	350 €	5.000 €	2.500 €	
	ab 10. Produkt	20 €			
	jährliche Folgeprüfung - in Prozent der Erstprüfung	ca. 20 - 30 %		1.250 €	
				2.950 €	**1.300 €**
			5.900 €		**4.250 €**
Osterr. Umwelt-zeichen					
	Umsatz d. mit dem Produkt erzielten Umsatzes in Österreich				
	bis 200.000€	380 €	150 €	38 €	380 €
	bis 750.000€	830 €			
	bis 2,2 Mio. €	1.650 €			
	bis 3,6 Mio. €	1.980 €			
	über 3.6 Mio. €	2.420 €			
				38 €	**380 €**
			150 €		**418 €**

Fortsetzung der vorhergehenden Seite

Tab.:2 Kosten von ausgewählten Umweltlabels für Bauprodukte (zitiert nach natureplus e.V., 2015, sowie Angaben auf den jeweiligen Internet-Seiten der Labels) alle Preise netto - ohne MWSt.

Barbara Mittermeier, nach kaufmännischer Ausbildung Abitur auf dem zweiten Bildungsweg und Architekturstudium, anschließend Tätigkeit als Projektleiterin in einem Architekturbüro. Seit 2007 verantwortlich für große Infrastrukturprojekte bei einem kommunalen Versorgungsunternehmen, 2017 Abschluss des berufsbegleitenden Studiums, Master of Science im Fach Umweltwissenschaften.

Zertifizierungen für Ökoprodukte werden von kleineren Herstellern häufig als zu aufwendig erachtet und nicht durchgeführt, obwohl die Kriterien erfüllt werden könnten. Die vorliegende Arbeit untersucht, wie ein Bewertungssystem entwickelt werden kann, das unter Berücksichtigung dieses Aspektes den Bedürfnissen aller Beteiligten gerecht wird. Die Kernfrage wird untergliedert: Welche Bedürfnisse haben Endkunden, Hersteller, Händler und Labelinhaber? Welche Metakriterien müssen daraus resultierend beachtet werden? In welchem Prozess soll das Bewertungssystem entwickelt werden? Die Arbeit basiert auf einer Analyse der Literatur und der Rahmenbedingungen vorhandener Produktlabels. Alle Teilaspekte werden sowohl allgemein als auch anhand eines Labels für Ökobaustoffe (ÖkoPlus) betrachtet. Im Ergebnis wird deutlich, dass eine Konkurrenz unterschiedlicher Umweltlabel mit derselben strategischen Ausrichtung nicht dem übergeordneten Ziel einer Förderung von Umweltbelangen dient. Eine Vereinfachung geht ferner mit der Gefahr eines Glaubwürdigkeitsverlustes einher. Daher sind Kooperationen mit bestehenden vollumfänglichen Labels für alle Beteiligten zielführender, bei denen dann Vereinfachungen begründet definiert und klar kommuniziert werden müssen.

ISBN 978-3-8396-1406-8

9 783839 614068