

Aufklärung oder Informationsflut

Über Sinn und Unsinn von Labels und Zertifikaten



Georg Abel
Bundesgeschäftsführer

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V.

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V.

- ▶ 1985 gegründet als Bundesverband kritischer Verbraucherinnen und Verbraucher
- ▶ Getragen von rund 7.000 Mitgliedern, 176 Organisationen und zahlreichen Spendern
- ▶ Schwerpunkt ökologischer, sozialer und gesundheitlicher Verbraucherschutz
- ▶ Leitbild: „Mündiger, verantwortlicher Verbraucher“

Aktivitäten (Beispiele)

- ▶ Holzschutzmittelprozess
- ▶ Kampagnen
z.B. Ökologischer Supermarkt, *Meine Agenda 21*...
- ▶ Neun Internetseiten
z.B. www.nachhaltige-produkte.de...
- ▶ mehr als 70 Themenbroschüren
z.B. Klimafreundlich einkaufen, Strom sparen...
- ▶ Im Einzelfall: Unternehmenskooperationen

Verbraucher haben Macht!

Durch bewusste Konsumententscheidungen können Verbraucher selbst Einfluss auf den Markt nehmen, z.B. indem sie

- ▶ öko-sozial verantwortungsvolle Unternehmen bevorzugen bzw. nicht-verantwortungsvolle boykottieren
- ▶ öko-soziale Produkte kaufen oder
- ▶ Produkte und Dienstleistungen öko-sozial verträglich nutzen.

Vertrauen in Einrichtungen, Organisationen und Parteien

In der Tabelle ist der Durchschnitt der jeweiligen Vertrauensbewertungen angegeben.

	1998	2002	2006
Umweltschutzorganisationen und –verbände	2.3	2.3	2.2
Bürgerinitiativen	2.4	2.4	2.4
Verbraucherberatung/Verbraucherverbände	-	2.5	2.6
Umweltschutzbehörden	2.7	2.6	2.8
Kirchen	-	3.4	3.5
Gewerkschaften	3.5	3.4	3.6
Industrie	3.8	3.8	3.9

Je kleiner der Wert, desto höher das Vertrauen.

Quelle: Umweltbundesamt

Persönlicher Beitrag zum Umweltschutz

„Tun Sie persönlich etwas für den Umweltschutz? Wenn ja, bitte ich Sie, mir ein paar Stichpunkte zu nennen.“ (offene Frage)

Die häufigsten Nennungen in % (Mehrfachnennungen möglich)	Gesamt	Frauen	Männer
Sorgsamer Umgang mit Müll	65	69	60
Sparsamer Umgang mit Energie	26	27	25
Sparsames, umweltbewusstes Autofahren	24	20	27
Umweltfreundliches Verkehrsverhalten	20	20	21
Umweltfreundliches Konsumverhalten	13	17	8
Sparsamer Umgang mit Trinkwasser	9	11	7
Umweltfreundliche Gartennutzung	8	9	7
Bürgerschaftliches Engagement	4	4	4
Allgemein umweltschonendes Verhalten	4	3	5
Umweltfreundliches Bauen und Renovieren	4	2	6

Quelle: Umweltbundesamt, Umweltbewusstsein Deutschland, 2006, Repräsentative Bevölkerungsumfrage

Werte, Ethik und Moral sind gefragt

- ▶ Absatz von Bioprodukten boomt
- ▶ FairTrade kann deutliche Umsatzzuwächse aufweisen
- ▶ Wechselbereitschaft beim Strom ist gestiegen
- ▶ „Grüne“ Geldanlagen wachsen
- ▶ Klimathema in allen Medien präsent
- ▶ CSR wird zur Unternehmenskultur

Informationsquellen (Auswahl)

- ▶ Medien
- ▶ Verbraucher-/Umweltorganisation
- ▶ Testberichte
- ▶ Gütezeichen

Vorteil: Label

- ▶ **Verbraucher: Schneller Rat**
- ▶ **Handel: Leitsystem, Unterschied zum Wettbewerb**
- ▶ **Hersteller: Qualitätstransfer**

Problem: Label

- ▶ **Allgemeine Reizüberflutung**
- ▶ **Inflation von Zeichen**
- ▶ **Mangelndes Wissen über Hintergründe**

Label-Wirkung

- ▶ **Aussagekraft**
- ▶ **Glaubwürdigkeit**
- ▶ **Unverwechselbarkeit**
- ▶ **Bekanntheit**

www.label-online.de



- ▶ **derzeit rund 350 Label**
- ▶ **neu 2008**
 - Allergiebewertung von Textilien
 - 38 österreichische Label
- ▶ **33 Rubriken**
- ▶ **Einheitliche Bewertungsmatrix**
 - 11 Punkte
 - 4 Bewertungsstufen

Bewertungsmatrix

- ▶ **Bewertungsrubriken**
 - Anspruch
 - Unabhängigkeit
 - Überprüfbarkeit
 - Transparenz

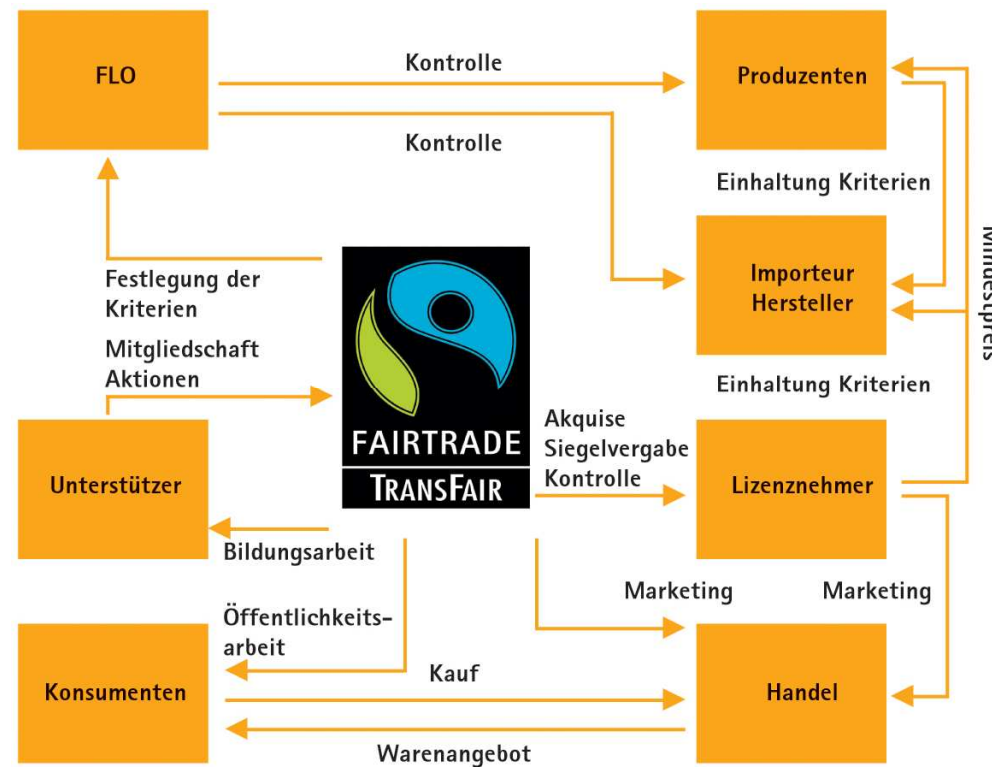
- ▶ **Benotungsschema**
 - empfehlenswert
 - eingeschränkt empfehlenswert
 - nicht empfehlenswert
 - irreführend

Beispiel Fairer Handel

- ▶ **Unterschiedliche Marketingansätze**
 - Marke (z.B. www.gepa.de)
 - Einkaufsort (www.weltladen.de)
 - Label (FairTrade – www.transfair.org)



Das FairTrade-Label



Beispiel Blauer Engel

- ▶ weltweit ältestes Umweltzeichen (www.blauer-engel.de)
- ▶ Jubiläumskampagnen (z.B. www.blauer-engel-nrw.de)
- ▶ 10.000 Produkte
- ▶ 1.000 Zeichenanwendern
- ▶ 80 Produktgruppen
- ▶ hohe Bekanntheit (79%)



Beispiel Blauer Engel

- ▶ **Zeicheninhaber: Bundesumweltministerium/BMU)**
- ▶ **Vorschläge an das Umweltbundesamt/UBA**
- ▶ **UBAs schlägt der Jury Umweltzeichen vor**
- ▶ **Jury Umweltzeichen wählt Produktgruppe(n) aus**
- ▶ **UBA: Erarbeitung der Vergabegrundlagen durch Experten**
- ▶ **Beschluss durch Jury Umweltzeichen**
- ▶ **Nutzungserlaubnis über Deutsches Institut für Gütesicherung und Kennzeichnung e.V./RAL**

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Georg Abel
Bundesgeschäftsführer

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V.
Elsenstr. 106, 12435 Berlin

mail@verbraucher.org

www.verbraucher.org

