

# Geben Label Auskunft?

Der Beitrag von Label zu einem nachhaltigen Verhalten im Bereich Waschen und Reinigen

MULTIPLIKATORENSEMINAR FORUM WASCHEN 2011



Annika Schudak

imug

Brühlstraße 11  
30169 Hannover

T 0511. 12196-0  
F 0511. 12196-95

contact@imug.de  
www.imug.de

## Label - Der Weg aus dem Dunklen

- ▶ Produktflut für Verbraucher
- ▶ Unsicherheit bei verborgenen Eigenschaften von Produkten



Arbeitsbedingungen  
Fairness  
Inhaltsstoffe  
Wasserverbrauch  
Sozialstandards  
Allergieauslöser  
Produktionsbedingungen  
Kinderarbeit  
Umweltbelastung  
Lieferkette  
Rueckstände  
Sicherheit  
Verbrauch  
Bezahlung

- ▶ Zu hoher Aufwand selber Informationen zu finden
- ▶ Label als Lösung - Signal für nachhaltige Produkte

## Label - Der Wald vor lauter Bäumen

*„Ein verdichtetes qualitätsorientiertes Gesamturteil, mit dem Produkte, Dienstleistungen oder Unternehmen gekennzeichnet werden und das als Information von Marktteilnehmern dienen soll.“*

### ► Label als Marketingtrend

- über 1.000 Label auf dem deutschen Markt
- über 400 Label mit sozialen/ökologischen Anforderungen
- mehr Verwirrung als Orientierung?

### ► Welchen Nutzen haben Label?

### ► Welche Label gibt es im Bereich Waschen/Reinigen?

### ► Welche Grenzen haben Label in diesem Bereich?



## Label - Wegweiser für den Verbraucher

### ▶ Verborgenes sichtbar machen

Produkteigenschaften, die für den Verbraucher nicht erkennbar und nachprüfbar sind, können durch Label kenntlich gemacht werden

### ▶ Verbraucher und Umwelt schützen

Label weisen den Verbraucher auf gesundheitlich bessere oder umweltfreundlichere Produkte hin und erfüllen damit eine Schutzfunktion

### ▶ Informationen verdichten

Label dienen als Schlüsselinformationen, auf die der Verbraucher zurückgreifen kann, um seine Kaufentscheidung zu treffen, ohne sich langwierig mit dem Produkt auseinander zu setzen

### ▶ Entscheidungen erleichtern

Label können als Kriterium dienen, wenn sich der Verbraucher zwischen verschiedenen Produkten entscheiden muss



45 Minuten



5 Sekunden

## Label - Nicht jedes führt zum Ziel

### ▶ Träger-Institution

neutral - sachkompetent - bekannt - anbieterunabhängig

### ▶ Vergabekriterien und -prozess

*Darstellung:* klar - verständlich - konkret formuliert - objektiv  
nachprüfbar - veröffentlicht

*Inhalt:* nicht zu hoch - nicht zu niedrig - dynamisch

### ▶ Informationsgehalt

zu Schlüsselinformationen verdichtet - leicht verständlich -  
entscheidungsrelevant - differenziert

### ▶ Begleitende Kommunikation

Steigerung der Bekanntheit - Generierung von Wissen



## Waschen & Reinigen - Der Wald lichtet sich

### ▶ Europäisches Umweltzeichen

*Zeichnet Produkte mit einer geringen Umweltbelastung aus*



### ▶ Blauer Engel

*Reinigungsdienstleistungen, die besonders umweltfreundlich sind*



### ▶ Charter Nachhaltiges Waschen und Reinigen

*Hersteller verpflichtet sich den Lebenszyklus seiner Produkte am Ziel der Nachhaltigkeit auszurichten / Produkt erfüllt soziale und ökologische Anforderungen*



### ▶ ECOGARANTIE

*Hersteller verpflichtet sich den Lebenszyklus seiner Produkte an ökologischen und sozialen Standards auszurichten und erhält weitere Empfehlungen*



## Waschen & Reinigen - Der Wald lichtet sich

### ► Europäisches Umweltzeichen

*Zeichnet Produkte mit einer geringen Umweltbelastung aus*

- Staatlicher Träger
- Branchenübergreifend
- Produktbezogen
- Hohe Glaubwürdigkeit (anbieterunabhängig)
- Verbreitung noch gering

### ► Charter Nachhaltiges Waschen und Reinigen

*Hersteller verpflichtet sich den Lebenszyklus seiner Produkte am Ziel der Nachhaltigkeit auszurichten / Produkt erfüllt soziale und ökologische Anforderungen*

- Branchenverband als Träger
- Branchenbezogen
- Hersteller- und Produktbezogen
- Hohe Glaubwürdigkeit (Transparenz & Kontrolle)
- Fast vollständige Marktabdeckung



## Waschen & Reinigen - Was Label „zu sagen“ haben

„Dieses Produkt ist umweltverträglicher als andere“

„Ich bin glaubwürdig, da mein Träger staatlich und somit unabhängig ist“

„Ich helfe direkt am Point of Sale bei der Kaufentscheidung“



„Ich bin auf über 1.000 Produkten“

„Ich schaffe Vergleichbarkeit und erleichtere die Kaufentscheidung“

„Ich bin leicht zu verstehen und sachlich“

„20% der Verbraucher kennen mich und 20% davon nutzen mich“



## Waschen & Reinigen - Label müssen sich „Gehör“ verschaffen



Nützlichkeit

- ▶ Richtig, wahr, akkurat
- ▶ Relevant

- ▶ Richtig, wahr, akkurat
- ▶ Relevant

Nutzbarkeit

- ▶ Verständlich
- ▶ Vergleichbar (?)
- ▶ Sachlich
- ▶ Erleichternd

- ▶ Verständlich
- ▶ Vergleichbar (?)
- ▶ Sachlich
- ▶ Erleichternd

Nutzung

- ▶ Am PoS sichtbar und erhältlich
- ▶ Bekanntheit ~20%
- ▶ Nutzung ~20%

- ▶ Am PoS sichtbar und erhältlich
- ▶ Bekanntheit ?
- ▶ Nutzung ?

Bewertung

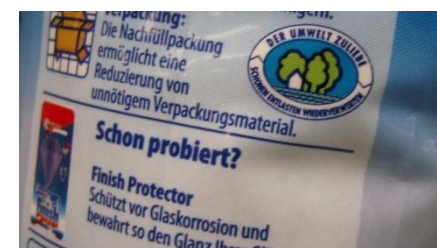
- ▶ Als „gute“ Verbraucher-information einzustufen
- ▶ Zielgruppenausrichtung muss verbessert werden

- ▶ Als „gute“ Verbraucher-information einzustufen, wenn Bekanntheit und Kaufrelevanz gegeben sind

## Waschen & Reinigen - Aus dem Auge des Verbrauchers



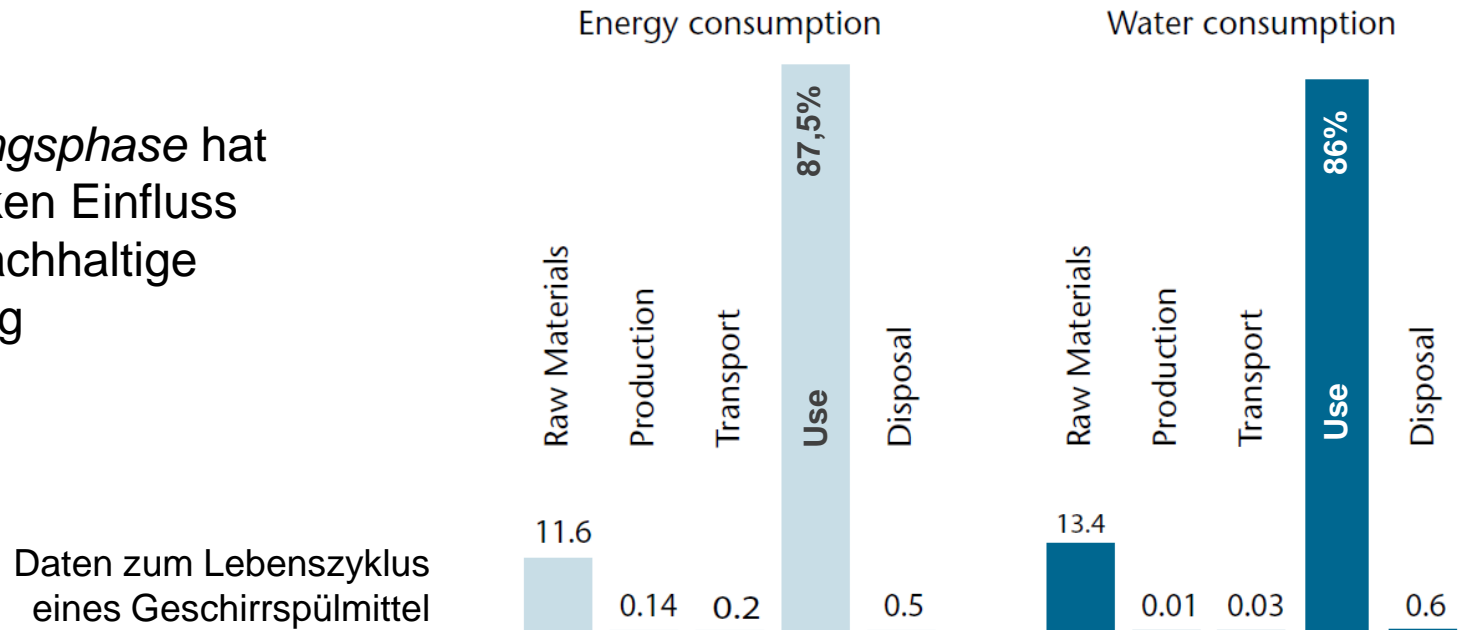
- ▶ Kaum „EU-Ecolabel“
- ▶ Überwiegend „Charter“ Label
- ▶ Groß und deutlich: Testergebnisse
- ▶ „Dermatologische getestet“ in vielen Varianten
- ▶ *eigene* Nachhaltigkeitslabel



## Waschen & Reinigen - Was Label „verschweigen“

- ▶ Label fokussieren auf die Kaufentscheidung
- ▶ Label transportieren Produktinformationen und keine Verhaltenshinweise
- ▶ Anwendung der Produkte erfordert spezielles Wissen
- ▶ Wahrgenommene Umweltverträglichkeit kann „falsche“ Nutzungsroutinen erzeugen

- ▶ Die *Nutzungsphase* hat einen starken Einfluss auf eine nachhaltige Entwicklung



World Business Council for Sustainable Development (2008), p. 22

## Waschen & Reinigen - Label unter die Arme greifen

- ▶ *Ergänzung* der Label durch ausführliche Informationen zur Nutzungsweise

- ▶ *Washright* von A.I.S.E.



- ▶ *Nachhaltige Warenkorb* vom Rat für Nachhaltige Entwicklung

- ▶ Informationen zur Stärkung eines nachhaltigen Konsums
- ▶ Entwickelt vom imug Institut im Auftrag des RNE



Rat für  
**NACHHALTIGE**  
Entwicklung

- ▶ Informationsstrategien:

- ▶ Faustregeln
- ▶ Produktgeschichten
- ▶ Bewertung von Label
- ▶ Weiterführende Links



# Waschen & Reinigen - Zusatzinformationen



## Waschen und Reinigen – umweltbewusst zahlt sich aus

Etwa 640.000 Tonnen Waschmittel werden jährlich in Deutschland verbraucht. Pro Einwohner und Jahr sind das fast 8 kg. Wer Wasch-, Spül- und Reinigungsmittel schonend verwendet und Haushaltsgeräte zweckmäßig einsetzt, spart Energie, Chemikalien und Wasser und entlastet damit die Umwelt und den Geldbeutel. Es lohnt sich, die eigenen Gewohnheiten beim Waschen und Reinigen in einigen Punkten zu überdenken und zu verändern:

- Programm- und Temperaturwahl bei Wasch- und Spülmaschine,
- Auswahl und Dosierung von Wasch-, Spül- und Reinigungsmitteln,
- Anwendung einfacher Haushaltstipps.

### Energiesparend waschen, trocknen und spülen

Wählen Sie eine möglichst geringe Waschtemperatur. Schon eine regelmäßige Temperatur-



### GUTE FRAGE

#### Sind Bio-Waschmittel besser?

In Bioläden und -supermärkten gibt es Bio-Waschmittel. Sind diese Produkte umweltverträglicher als andere Waschmittel?

**Faustregel:** Sowohl Bio-Waschmittel als auch moderne Kompaktwaschmittel sind eine gute Wahl. Ausschlaggebend für die Umweltverträglichkeit von Waschmitteln sind vor allem die Dosierung und Ihre eigene Sorgfalt bei der Nutzung von Waschmitteln und beim Waschen.

## Wasch-, Reinigungs- und Geschirrspülmittel



### Europäisches Umweltzeichen

Einige in Deutschland erhältliche Allzweckreiniger, Hand- und Maschinengeschirrspülmittel, Seifen und Waschmittel mit einer geringen Umweltbelastung sind mit dem Europäischen Umweltzeichen ausgezeichnet. Das Europäische Umweltzeichen wird im Abschnitt „Renovieren – schädliche Stoffe vermeiden“ auf Seite 51 genauer vorgestellt.

ökologisch  
sozial



### Charter Nachhaltiges Waschen und Reinigen

Mit dem Charter-Logo ausgezeichnete Wasch- und Reinigungsmittel werden von Unternehmen auf den Markt gebracht, die sich verpflichtet haben, den gesamten Lebenszyklus der von ihnen hergestellten Produkte überprüfbar am Ziel der Nachhaltigkeit auszurichten – vom Rohstoffeinkauf über die Produktion bis hin zur Verwendung und Entsorgung durch die Verbraucher. Die ökologischen Kriterien beziehen alle Phasen der Wertschöpfungskette ein. Eine Weiterentwicklungsmöglichkeit für das Siegel besteht darin, die Kriterien auf ein strengeres Niveau anzuheben. [www.sustainable-cleaning.com](http://www.sustainable-cleaning.com)

ökologisch  
sozial

## Reinigungsdienstleistungen



### Der Blaue Engel

Der Blaue Engel kennzeichnet Reinigungsdienstleistungen (Nassreinigung und Kohlendioxidreinigung), die besonders umweltfreundlich sind. Nähere Informationen zum Blauen Engel finden Sie im Abschnitt „Nützliche Dinge im Haushalt – energieeffizient und abfallarm“ auf Seite 38.

ökologisch  
sozial

## Siegelbewertung

|  |   |  |                                       |
|--|---|--|---------------------------------------|
|  | umfassende ökologische Kriterien          |  | umfassende soziale Kriterien          |
|  | grundlegende ökologische Kriterien        |  | grundlegende soziale Kriterien        |
|  | keine oder minimale ökologische Kriterien |  | keine oder minimale soziale Kriterien |

Jährliche Erklär... ökologischer und ... Seite 19

## Waschen & Reinigen - Label für einen nachhaltigen Konsum?

- ▶ Hilfreich bei der Produktauswahl, wenn:
  - ▶ Label bekannt sind und verstanden werden,
  - ▶ Anforderungen sich dynamisch anpassen,
  - ▶ Anzahl der Label begrenzt bleibt.
  
- ▶ Klare Grenzen beim Nutzungsverhalten - Zusatzinformationen sind nötig
  
- ▶ Forschungsbedarf beim Konsumentenverhalten
  - ▶ Bekanntheit / Verständnis / Relevanz der existierenden Labels
  - ▶ Glaubwürdigkeit
  - ▶ Zielgruppengerechte Ansprache
  - ▶ Informationsbedarf

# Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Annika Schudak

imug Institut  
für Mark-Umwelt-Gesellschaft e.V.

Brühlstraße 11  
30169 Hannover

T 0511. 12196-0  
F 0511. 12196-95

[www.imug.de](http://www.imug.de)