



Relaunch Labelinfo.ch auf Basis der  
ITC-Datenbank und des GIZ-Bewertungssystems

# Methodikbericht (Kurzform)

<b>1</b>	<b>Labelinfo.ch kurz und knapp</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Begriffsdefinitionen</b>	<b>5</b>
2.1	Was verstehen wir unter Labels?	5
2.2	Was zeichnet ein glaubwürdiges Labelsystem aus?	5
<b>3</b>	<b>Die Methodik: Wie sind wir vorgegangen?</b>	<b>7</b>
3.1	Labelauswahl	8
3.2	Bewertungsgrundlage	10
3.3	Bewertung, Kategorisierung und Visualisierung	11

# 1 Labelinfo.ch kurz und knapp

Die zunehmende Nachfrage nach nachhaltig hergestellten Produkten und der Wunsch nach transparenteren Wertschöpfungsketten haben zu einer hohen Anzahl von Labels geführt. Diese Vielfalt verunsichert Einkaufende – sowohl Konsument:innen als auch professionell Beschaffende zweifeln an deren Glaubwürdigkeit.

Aus diesem Grund spielen unabhängige Bewertungen von Nachhaltigkeitslabels eine immer wichtigere Rolle. Labelinfo.ch hat diese Rolle übernommen und bewertet seit 2001 die wichtigsten Schweizer Nachhaltigkeitslabels.

2021 wurde ein Relaunch der Plattform beschlossen. Im Zuge dessen wurde die Methodik für die Bewertung der Labels vom Institut für Umwelt und Natürliche Ressourcen (IUNR) der ZHAW vollständig überarbeitet. Die neue Methodik baut auf der Datenbank «Standards Map» des International Trade Centre (ITC) sowie dem Bewertungstool «Sustainable Standards Comparison Tool» (SSCT) der deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) auf. Damit basiert die Methodik auf einer international breit akzeptierten Grundlage.

Labelinfo.ch steht in Zusammenhang mit der Förderung des nachhaltigen Konsums (SDG/Sustainable Development Goal 12). Ein nachhaltiges Konsumsystem erfordert die Einhaltung möglichst hoher sozialer, ethischer und ökologischer Anforderungen bei der Produktion, Verarbeitung und dem Vertrieb von Produkten. Genau solche Anforderungen stehen im Mittelpunkt von Labels. Durch die Erhöhung der Transparenz und damit der Glaubwürdigkeit von Labels für nachhaltige Produkte trägt Labelinfo.ch zur Förderung eines nachhaltigen Konsums bei.

An der Umsetzung beteiligt sind erfahrene Projektpartner:

- Die Stiftung Pusch, die sich für eine nachhaltige Nutzung der natürlichen Ressourcen einsetzt. Sie betreibt seit 2001 die Informationsstelle für Umwelt- und Sozillabels Labelinfo.ch als Wegweiser durch den «Label-Dschungel».
- Das Institut für Umwelt und Natürliche Ressourcen (IUNR), welches dem Departement Life Sciences und Facility Management der ZHAW angehört. Die Forschungsgruppe Geography of Food (GOF) am IUNR befasst sich in Lehre und Forschung mit Themen der agrarökologischen Transformation des Ernährungssystems. Die Gruppe bietet im Bachelorstudiengang Umweltingenieurwesen das Modul Labelmanagement an. Als Wissenspartner fungieren das International Trade Centre (ITC) sowie die Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ).

Alle und weitere unterstützende Partner von Labelinfo.ch finden Sie am Ende dieses Dokuments.

## 2 Begriffsdefinitionen

### 2.1 Was verstehen wir unter Labels?

- «Label» ist der Oberbegriff für die unterschiedlichen Zeichen, die auf Produkten sichtbar sind oder für Dienstleistungen und Managementsysteme vergeben werden. Ein Label weist auf bestimmte Eigenschaften oder besondere Qualitäten eines Produktes oder einer Dienstleistung hin und ist in den meisten Fällen ein privatwirtschaftliches Instrument. Die Kennzeichnung eines Produktes oder einer Dienstleistung mit einem Label ist freiwillig.
- Nachhaltigkeitslabels signalisieren Umweltfreundlichkeit, Sozialverträglichkeit oder Tierwohl. Je nach Schwerpunkt deckt ein Label entweder eine spezifische oder mehrere Dimensionen ab.
- Inhaltliche Grundlage dieser Labels sind Anforderungen, welche die Labelinhaber:innen an ein Produkt oder eine Dienstleistung stellen. Diese werden «Richtlinien» (oder «Standards») genannt. Ein Label kann auf mehreren Richtlinien basieren.

### 2.2 Was zeichnet ein glaubwürdiges Labelsystem aus?

- Der:die Labelinhaber:in legt selbst fest, wie die Konformitätsprüfung stattfinden muss. Also wie überprüft wird, dass die Anforderungen des Labels eingehalten werden – dies ist entscheidend für die Glaubwürdigkeit eines Nachhaltigkeitslabels.

- Beim glaubwürdigsten Labelsystem (sog. Drittpartei-Zertifizierung) überprüft eine unabhängige und akkreditierte Auditstelle, ob bei der Produktion, der Verarbeitung, dem Transport, etc. eines Produktes oder beim Erbringen der Dienstleistung die Anforderungen des Labels erfüllt werden. Die Ergebnisse werden in einem Auditbericht festgehalten. In einem zweiten Schritt wird das Ergebnis dieser Überprüfung beziehungsweise der Auditbericht nochmals durch eine unabhängige und akkreditierte Zertifizierungsstelle geprüft. In manchen Fällen übernimmt auch ein und dieselbe Organisation beide Schritte.
- Die Einhaltung der Richtlinien wird dann von der unabhängigen Stelle mit einem Zertifikat bescheinigt.
- Das Produkt oder die Dienstleistung darf nun aufgrund des Zertifikates und mit Erlaubnis des:der Labelinhabers:in mit dem Label ausgezeichnet werden.
- Schliesslich überprüft eine Akkreditierungsstelle, ob die Audit- und/oder Zertifizierungsstelle die nötige Kompetenz besitzt. In der Schweiz übernimmt die Schweizerische Akkreditierungsstelle (SAS) diese Funktion.

### So funktioniert ein glaubwürdiges Labelsystem



### 3 Die Methodik: Wie sind wir vorgegangen?

Die Methodik für Labelinfo.ch kann in vier Schritte unterteilt werden (siehe Abbildung):

1. Auswahl und Einteilung Labels
2. Definition der Bewertungsgrundlage
3. Bewertungsablauf
4. Kategorisierung und Visualisierung

#### Bewertungsablauf



### 3.1 Labelauswahl

Im ersten Schritt wird festgelegt, welche Labels bewertet werden sollen. Ausgewählt werden ausschliesslich Nachhaltigkeitslabels, die auf Produkten oder Dienstleistungen im Schweizer Markt verwendet werden (dies umfasst sowohl Schweizer Labels als auch internationale).

Die Labels, die bei der Bewertung berücksichtigt werden sollen, wurden anhand des folgenden Kriterienkatalogs ausgesucht:

#### **Inhalt und Ziele**

- Mindestens eine der auf Labelinfo.ch bewerteten inhaltlichen Dimensionen wird vom Label adressiert (Umweltfreundlichkeit, Sozialverträglichkeit, Tierwohl).
- Es ist öffentlich ersichtlich, welche Inhalte und Ziele das Label adressiert. Das bedeutet, dass der Anforderungskatalog der Labelinhaberin für alle zugänglich ist.
- Die Erfüllung der im jeweiligen Label gesetzten Ziele ist durch die sichtbare Auszeichnung mit einem visuellen Zeichen (Label) ersichtlich.

#### **Kooperation und Transparenz**

- Die Standardorganisation erklärt sich bereit, die Aufnahme in die Standards Map Datenbank zu begleiten und zu unterstützen.

#### **Reichweite**

- Das Label ist mindestens in der Deutschschweiz oder in der Romandie verfügbar.
- Das Label ist bei den gängigen Verkaufsstellen für Konsument:innen verfügbar (zum Beispiel Aldi Suisse, Alnatura, Coop, Denner, Landi Schweiz, Lidl Schweiz, Manor AG, Migros, Spar Holding, Volg Gruppe, etc.).

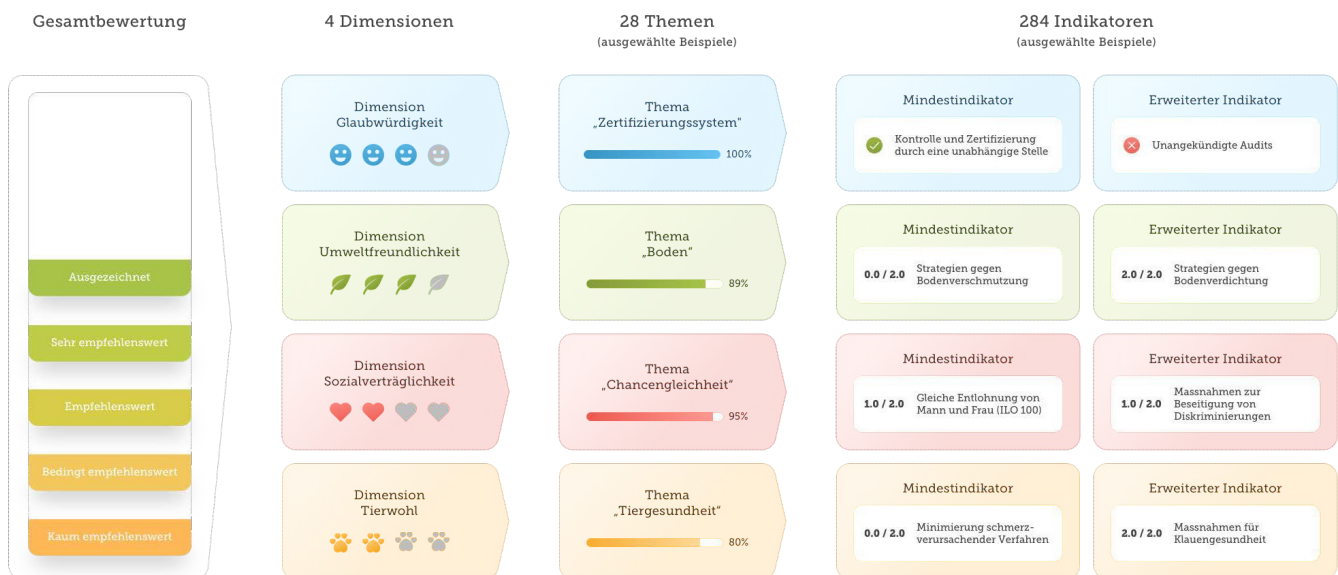


Wenn einem Label unterschiedliche Labelrichtlinien zugrunde liegen (z.B. Friend of the Sea oder ASC), werden diese nur dann getrennt bewertet und dargestellt, wenn auf den Produkten der Unterschied optisch klar gekennzeichnet und für Konsument:innen sichtbar ist.

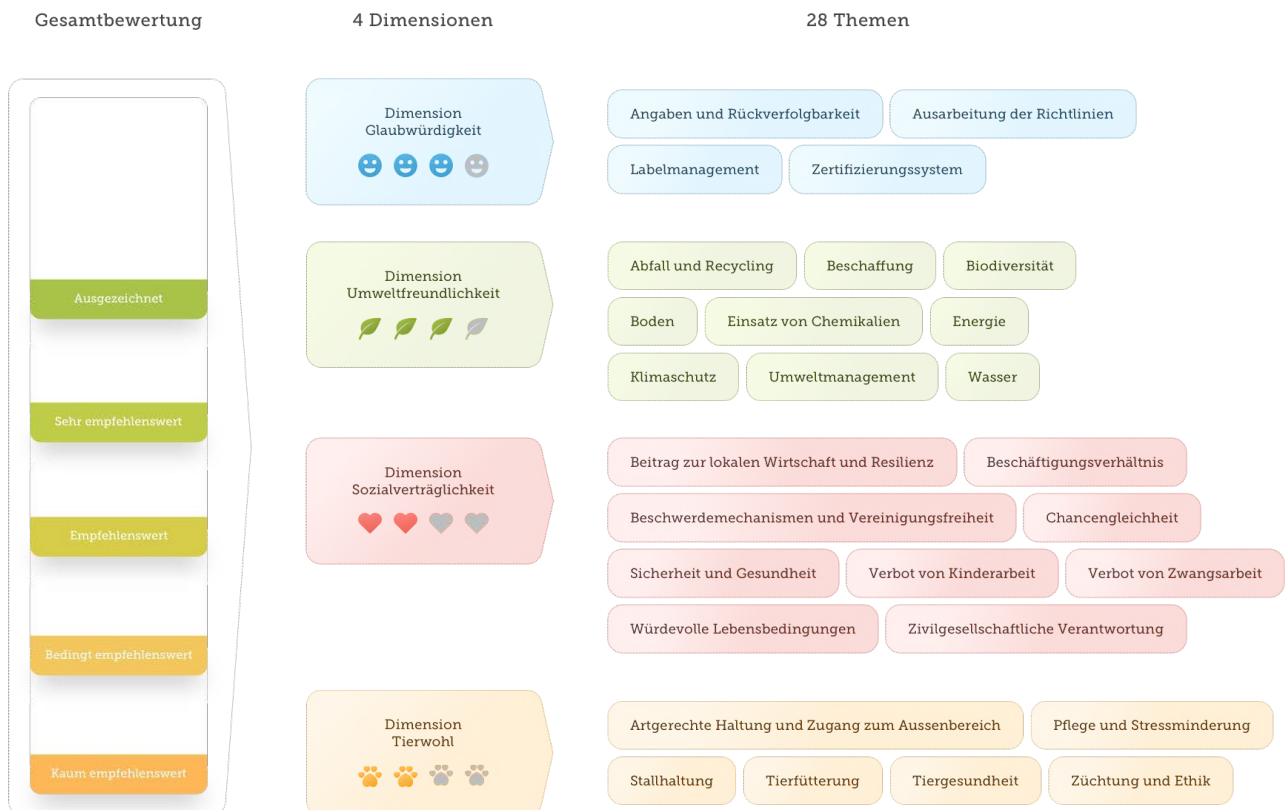
### 3.2 Bewertungsgrundlage

Im zweiten Schritt wird definiert, welche Indikatoren für die Bewertung in einer Produktgruppe relevant sind. Je nachdem, wie zentral die Indikatoren für die Nachhaltigkeit eines Labels sind, werden sie in Mindestindikatoren und erweiterte Indikatoren eingeteilt. Die Indikatoren werden zu Themen zusammengefasst, die Themen vier Dimensionen zugeteilt (siehe Abbildung «Aggregierungsstufen»). Abbildung «Übersicht 28 Themen» zeigt eine Auflistung der Themen in den vier Dimensionen.

#### Aggregierungsstufen



## Übersicht 28 Themen



### 3.3 Bewertung, Kategorisierung und Visualisierung

Im dritten Schritt wird analysiert, inwiefern die Richtlinien eines Labels einen Indikator erfüllen. Nachdem die wichtigsten Dokumente eines Labels zusammengetragen sind, wird in der Standards Map erfasst, inwiefern das Label die für seine Produktgruppe relevanten Indikatoren erfüllt. In der Standards Map wird eingetragen, in welchem Zeitraum eine Anforderung des Labels von einem Betrieb umgesetzt werden muss (sofort, innerhalb einiger Jahre, freiwillig oder gar nicht) und ob der Indikator in den Richtlinien explizit erwähnt wird. Ein Label kann pro Indikator maximal 2 Punkte erreichen, in den Indikatoren der Dimension Glaubwürdigkeit maximal 1 Punkt.

Im vierten und letzten Schritt werden nach der Berechnung der Punktzahlen pro Indikator die Punkte aller Indikatoren pro Thema zusammengezählt. Pro Thema wird angezeigt, wieviel Prozent der möglichen Punkte ein Label in dem Thema erreicht. Dann werden die Punkte aller Themen innerhalb einer Dimension zusammengezählt und mit der maximal möglichen Punktzahl pro Dimension verglichen. Auf Grund der erreichten Punktzahlen in den Mindestindikatoren und den erweiterten Indikatoren wird berechnet, wieviele Symbole ein Label für eine Dimension erhält (0-4). Auf Grund der Anzahl Symbole in den vier Dimensionen wird dann eine Gesamtbewertung berechnet. Ausserdem gilt die Dimension, in welcher das Label am meisten Punkte erhält, als «Fokusdimension». Sie zählt für die Gesamtbewertung doppelt.

## Die Überarbeitung von Labelinfo.ch wird unterstützt von:

### Powered by



- Pusch Praktischer Umweltschutz
- Institut für Umwelt und Natürliche Ressourcen (IUNR) der ZHAW

### Wissenspartner



- International Trade Centre (ITC)
- Deutsche Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ)

### Partner



- Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra  
Bundesamt für Umwelt BAFU
- Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra  
Eidgenössisches Departement für Wirtschaft, Bildung und Forschung WBF  
Staatssekretariat für Wirtschaft SECO
- Amt für Umwelt- und Gesundheitsschutz der Stadt Zürich (UGZ)
- Associazione consumatrici e consumatori della Svizzera italiana (ACSI)
- Biovision
- Bundesamt für Umwelt (BAFU)
- Fédération Romande des Consommateurs (FRC)
- Loterie Romande
- Lotteriefonds des Kantons Aargau
- Lotteriefonds des Kantons Thurgau
- Reflect your style
- Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO)
- Stiftung für Konsumentenschutz (SKS)
- Stiftung Mercator Schweiz
- WWF Schweiz