

Nachhaltigkeits-Siegel der GfaW im neuen Design

Die Gesellschaft für angewandte Wirtschaftsethik startet mit großen Veränderungen ins neue Jahr

Januar 2023

Mehr Transparenz im Bereich der Gütesiegel und eine klare Unterscheidung zu Praktiken aus der Kategorie „Greenwashing“ – das wünschen sich mittlerweile nicht nur viele Verbraucher*innen, sondern vor allem Unternehmen, für die Nachhaltigkeit mehr ist als ein strategisch eingesetztes Marketing-Buzzword.

Diesen Wunsch setzte GfaW-Gründerin und Geschäftsführerin Sophie von Lilienfeld-Toal bereits vor 10 Jahren um, weit bevor ein Nachhaltigkeits-Bewusstsein in der breiten Masse überhaupt spürbar wurde. Zusammen mit der GfaW (Gesellschaft für angewandte Wirtschaftsethik) und Pilotunternehmen aus der Praxis entwickelte sie die Standards CSE, NCP, NCS und NATURE THANX mit dem Ziel, eindeutige Kriterien für Hersteller*innen nachhaltiger und ökologischer Produkte zu definieren, deren Einhaltung unabhängig überprüfen zu lassen und mit einem Zertifikat auszuzeichnen.

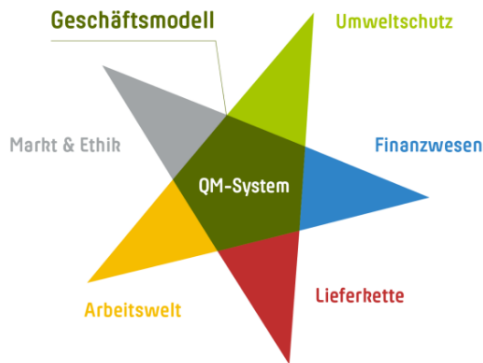
CSE – der Standard für ganzheitlich nachhaltige Unternehmensführung

Das ökologisch-soziale Qualitätssiegel CSE (=Certified Sustainable Economics) der GfaW zeichnet Unternehmen aus, die ganzheitlich nachhaltig wirtschaften. Während sich viele Nachhaltigkeits-Zertifizierungen auf eine ausgeglichene Klimabilanz fokussieren, stellt CSE hohe Anforderungen in sämtlichen Bereichen des Unternehmens: Um nach diesem Standard zertifiziert zu werden, werden die Bereiche Lieferkette, Finanzwesen, Umweltschutz, Markt & Ethik und Arbeitswelt auf den Prüfstand gestellt. Dem vorangestellt ist ein nachhaltiges Managementsystem, das dem kontinuierlichen Verbesserungsprinzip entspricht, den PDCA-Zyklus (Plan-Do-Check-Act) befolgt und die Kerninhalte der ISO 14001 beinhaltet.

Der CSE-Standard ist grundsätzlich branchenübergreifend, bietet sich momentan jedoch überwiegend für Unternehmen an, die Produkte aus folgenden Kategorien herstellen: Bio-Lebensmittel, Naturkosmetik, Ökologische Wasch- und Reinigungsmittel, Naturprodukte oder Produkte aus einer Kreislaufwirtschaft (z.B. Recyclingplastik). Darüber hinaus können auch Dienstleister*innen, Banken und Händler*innen nach dem CSE-Standard zertifiziert werden.

Er richtet sich jedoch keineswegs ausschließlich an Unternehmen, die bereits im Sinne der CSE-Kriterien wirtschaften. Vielmehr steckt hinter CSE auch die Möglichkeit, sich durch die GfaW auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit begleiten zu lassen. Zum Beispiel durch die Nutzung des GfaW-eigenen Nachhaltigkeitstools STAR (Sustainability Tool for Assessment and Reporting), das die Ganzheitlichkeit einer nachhaltigen Wirtschaftsweise abbildet und Nutzer*innen verdeutlicht, an welchen Stellen im Unternehmen das Thema Nachhaltigkeit noch stärker priorisiert werden sollte.

CSE-STAR



Mit dem CSE-STAR-Tool können Unternehmen online die eigenen Nachhaltigkeitsleistungen erfassen und bewerten. Auch kann mit dem Tool ein umfassender Nachhaltigkeitsbericht erstellt werden, der als Word-Dokument heruntergeladen werden kann.

Die Leistungen werden grafisch in Form eines Sterns dargestellt (siehe Abbildung).

Sind alle Zacken des CSE-Sterns farbig ausgefüllt, wirtschaftet ein Unternehmen im Sinne der CSE-Kriterien und ist damit bereit für das CSE-Audit.

Nach erfolgreicher Prüfung durch eine unabhängige Zertifizierungsstelle wird dem Unternehmen nicht nur ein Zertifikat ausgestellt, auch ist es berechtigt, das CSE-Siegel auf all seinen Produkten abzubilden:



Bis dahin ist es oftmals ein langer Prozess, der sich für die Unternehmen nicht zuletzt auf Grund der Einzigartigkeit des Siegels jedoch auszahlt. Kaum ein anderes Label setzt solch strenge Nachhaltigkeits-Standards. Das wird spätestens bei einem Blick auf einige der Kriterien deutlich, die es einzuhalten gilt:

- ✓ Nachhaltiges Geschäftsmodell
- ✓ die Verwendung erneuerbarer Ressourcen und natürlicher Inhaltsstoffe
- ✓ eine nachhaltige Gestaltung von Produkten Verpackungen und Geldflüssen
- ✓ sozialgerechte Arbeitswelt
- ✓ Minimierung des Energieverbrauchs und Treibhausgasausstoßes
- ✓ 10% mehr Kompensation des unvermeidbaren Treibhausgasausstoßes
- ✓ Wahrung der Menschenrechte entlang der Lieferkette
- ✓ langfristige partnerschaftliche Beziehungen mit Lieferanten
- ✓ eine sozial gerecht gestaltete Lohnpolitik mit einer Einkommensschere von maximal 1:15

Die Kriterien des CSE-Standards orientieren sich sowohl an den drei Säulen der Nachhaltigkeit (Ökologie, Ökonomie und Soziales) als auch an den SDGs, den Zielen für nachhaltige Entwicklung, die von den Vereinten Nationen ins Leben gerufen wurden.

Durch die Nutzung der entsprechenden Siegel können Unternehmen das eigene Nachhaltigkeitsengagement unverkennbar nach außen kommunizieren und sich von der vermeintlich nachhaltigen Konkurrenz abgrenzen.

NCP – die Nachhaltigkeits-Zertifizierung für Naturprodukte des Non-Food-Sektors

Im Bereich der Nahrungsmittel sind Siegel wie Bio oder Fairtrade nicht mehr wegzudenken. Konträr dazu ist die Kennzeichnung von Non-Food-Produkten hinsichtlich ihrer Umwelt- und Klimaverträglichkeit noch relativ übersichtlich und erschwert es Verbraucher*innen, bewusste Kaufentscheidungen zu treffen. Aktuell noch bestehende Regelungslücken ermöglichen es Hersteller*innen des Non-Food-Sektors, ihre eigenen Siegel zu kreieren, ohne aber eindeutig zu kommunizieren, an welche Kriterien und Prozesse diese geknüpft sind.

Dem setzt die GfaW mit ihrem NCP-Siegel etwas entgegen. Denn hier stehen die Festlegung klar definierter Kriterien, Transparenz gegenüber Verbraucher*innen und Unabhängigkeit bei der Überprüfung der Kriterien an oberster Stelle. Das ist einer der Gründe, weshalb NCP auf Portalen wie Siegelklarheit und Labelonline mit „sehr gut“ bewertet wurde.

Knapp 50 Unternehmen nutzen mittlerweile das NCP-Siegel und profitieren dabei von der Einfachheit in der Kennzeichnung ihrer Produkte nach strengen Kriterien und höchsten Qualitätsstandards.



In erster Linie zeichnen sich NCP-zertifizierte Produkte durch ihre natürlichen Inhaltsstoffe und Herstellungsprozesse aus, sodass folgende Eigenschaften garantiert werden können:

- Nur Inhaltsstoffe pflanzlichem oder tierischem Ursprungs (außer unvermeidbare Wirkstoffe in der Schädlingsbekämpfung und gesetzlich vorgeschriebene Konservierungsstoffe)
- Frei von Mikroplastik, synthetischen Silikonen oder Tensiden und radioaktiver Bestrahlung
- Kein Einsatz von Gentechnik
- Keine Tierversuche (außer gesetzlich verpflichtende)
- Nicht wasser- oder gesundheitsgefährdend
- Verwendung rein-natürlicher Duftstoffe und pflanzlicher Extraktionsmittel
- Palmöl aus zertifiziert nachhaltigem Anbau

- Umweltfreundliche Verpackung nur aus erlaubten recyclefähigen Materialien

NCS – der Standard für zertifizierte Naturkosmetik für den Schutz von Mensch, Tier und Umwelt

Auch der Natural Cosmetics Standard, kurz NCS, zeichnet sich durch seine natürlichen Inhaltsstoffe und umweltfreundliche Produktion aus, ist anders als NCP jedoch auf Kosmetikprodukte für Mensch und Tier spezifiziert. In diesem Bereich fällt leider ganz besonders auf, dass trotz zahlreicher, verfügbarer Alternativen noch immer verstärkt (potenziell) schädliche Stoffe eingesetzt werden, um Kosmetik herzustellen - oftmals auf Grund ihrer geringen Kosten. Das geht nicht nur zu Lasten unserer Gesundheit, unserer Umwelt und unserer Zukunft, auch die Qualität der Produkte leidet darunter.

Qualitativ hochwertige Produkte können ohne diese Schadstoffe auskommen und dennoch wirksam sein. Das zeigen mehr als 70 Unternehmen, die ihre Produkte nach den Kriterien des Naturkosmetikstandards NCS herstellen und so Mensch, Tier und Umwelt nachhaltig schonen.

Um Produkte erfolgreich NCS-zertifizieren zu lassen, sind folgende Kriterien einzuhalten:

- Inhaltsstoffe mit mindestens natürlichem Ursprung, je nach Auslobung zusätzlich vegan und/oder Bio
- Kein Mikroplastik
- Verzicht auf Gentechnik
- Kein Einsatz von Parabenen, Silikonen, PEGs oder Phtalaten
- Keine radioaktive Bestrahlung
- Verwendung rein-natürlicher Duftstoffe und pflanzlicher Extraktionsmittel
- Nutzung von zertifiziertem Palmöl
- Verwendung von Nanomaterialien nur, wenn die Partikel ummantelt sind
- Nutzung umweltfreundlicher Verpackung (wiederverwendbar oder mit hoher Recyclingfähigkeit)
- Bei bestimmten Ölen ausschließliche Nutzung solcher, die kontrolliert biologisch angebaut wurden
- Umweltfreundliche Verpackung nur aus erlaubten recyclefähigen Materialien

Die verschiedenen Auslobungsmöglichkeiten des Siegels ermöglichen es den Unternehmen, ihre Produkte noch näher zu spezifizieren und besonders zielgruppengerecht zu kommunizieren:



NATURE THANX – Naturkosmetik mit therapieunterstützender Wirkung

NATURE THANX als dritte Produktzertifizierung im Bunde wurde für Unternehmen entwickelt, die mit ihren Produkten die Brücke zwischen Naturkosmetik und therapeutischer Wirksamkeit schlagen.

Genau wie bei NCS ist es auch bei NATURE THANX ein zentrales Kriterium, die negativen Auswirkungen auf Mensch und Umwelt, die bei der Herstellung und Anwendung von Kosmetikprodukten entstehen können, möglichst gering zu halten. Weil für die Bekämpfung einiger Erkrankungen der Haut jedoch petrochemische Prozesse in der Herstellung von Kosmetik unverzichtbar sind, können NT-zertifizierte Produkte bis zu vier Wirkstoffe mit petrochemischen Anteilen enthalten, wozu beispielsweise Urea oder Panthenol gehören.

In der Auswahl der vier erlaubten Wirkstoffe gibt es jedoch noch eine Einschränkung: Ihre molekulare Struktur muss naturidentisch sein, also auch in pflanzlichen und tierischen Organismen vorkommen, wenn sie im Gegensatz zu anderen Wirkstoffen nicht in naturkosmetischen Verfahren gewonnen werden können. Dennoch müssen NT-zertifizierte Produkte alle anderen Anforderungen erfüllen, die auch der NC-Standard verlangt.

Somit ist es Unternehmen jedoch möglich, ihre Produkte trotz der Verwendung weniger petrochemischer Bestandteile als Naturkosmetik auszuloben. Wie bei allen anderen Standards der GfaW auch, kann bei erfolgreicher Zertifizierung ein entsprechendes Siegel auf den Produkten genutzt werden:



Bis auch bei therapieunterstützender Kosmetik auf Petrochemie verzichtet werden kann, bietet die GfaW Unternehmen mit dem NT-Siegel eine sinnvolle Alternative zu anderen Naturkosmetik-Siegeln an, die selbst in diesem Punkt nicht von ihrer Definition natürlicher Produkte abweichen. Das NT-Siegel bedient demnach eine Nische im Bereich der kosmetischen Zertifizierungen und wird bislang auch erst von einem Unternehmen genutzt.

Langjährige Weiterentwicklung der Siegel nun auch visuell verankert

Die Kriterien aller vier Siegel werden fortlaufend hinterfragt und nahezu jährlich angepasst, um sowohl den eigenen Nachhaltigkeitsansprüchen als auch der unternehmerischen Umsetzbarkeit noch besser zu entsprechen. Dieser Spagat gelingt der GfaW durch die gezielte Einbindung der Nutzer*innen ihrer Standards. Jährlich kommen sie zusammen, um die Standards gemeinsam weiterzuentwickeln. Erstmals wurden im letzten Jahr jedoch nicht nur die Inhalte, sondern auch das äußere Erscheinungsbild der Label überarbeitet.

Herausgekommen ist ein schlichteres, modernes Design, das den Charakter eines echten Qualitätssiegels stärker verdeutlicht und die Corporate Identity der GfaW besser widerspiegelt. „Eine ganzheitliche Umsetzung des Nachhaltigkeitsprinzips ist der Ursprung all unserer Siegel. Diese Gemeinsamkeit wollten wir entsprechend sichtbar machen. Deshalb haben wir uns für ein einheitliches Design entschieden, das die Zugehörigkeit der Siegel sowohl zueinander als auch zu uns als Standardgeberin wiedergibt. Außerdem wollten wir es den Unternehmen leichter machen, die Siegel auf ihre Verpackungen zu drucken. Das neue Design trifft die Anforderungen an die Etikettierung viel besser“, so von Lilienfeld-Toal über die Hintergründe des Relaunches.

Zweijährige Übergangsfrist für zertifizierte Unternehmen und Produkte

Um ihren Kund*innen den Umstieg zu vereinfachen und zu vermeiden, dass bereits gedruckte Verpackungen entsorgt werden müssen, gilt bis Ende 2024 eine Übergangsfrist, die es den Unternehmen ermöglicht, die alten Logos vorerst weiter zu verwenden.





Dass eine solche Veränderung auch Risiken mit sich bringt, ist auch Geschäftsführerin Sophie von Lilienfeld-Toal bewusst: „Wir hoffen natürlich, dass der Relaunch bei den Verbraucher*innen nicht zu viel Verwirrung stiftet. Insbesondere, da in den nächsten zwei Jahren beide Versionen im Umlauf sein werden. Doch ein nahtloser Übergang ist für Unternehmen einfach nicht zu stemmen, schon gar nicht unter Ansprüchen maximaler Nachhaltigkeit. Wir haben uns gut auf den Relaunch vorbereitet und sind guter Dinge, dass wir dem mit einer guten Kommunikation entgegenwirken können. Auch in diesem Punkt stehen wir den Unternehmen zur Seite.“

Die enge Zusammenarbeit mit den Unternehmen, die ihre Unternehmens- und/oder Produktstandards nutzen, liegt der GfaW jedoch auch unabhängig des Label-Relaunches am Herzen. Denn die GfaW hat es sich zur Aufgabe gemacht, möglichst viele Unternehmen in ihrer Nachhaltigkeitskommunikation und -transformation unterstützen, weshalb auch sämtliche Gewinne innerhalb der GfaW reinvestiert werden.

Weitere Informationen zu den Kriterien und Nutzer*innen der Siegel, dem Zertifizierungsprozess und zur Arbeitsweise der GfaW gibt es unter <https://gfaw.eu/>

Kontakt:

GfaW Gesellschaft für angewandte Wirtschaftsethik mbH
Am Hopfenberge 1
37124 Rosdorf
Telefon: +49 (0)551 30674834
E-Mail: info@gfaw.eu
Webseite: <https://gfaw.eu/>