



verbraucherzentrale

Baden-Württemberg

FALLSTUDIE GÜTESIEGEL

In dieser Fallstudie setzen sich die Schülerinnen und Schüler mit folgender Fragestellung auseinander: Wie kann durch politische Entscheidungen sichergestellt werden, dass Gütesiegel jene Produkteigenschaften gewährleisten, die für Verbraucher am Produkt nicht erkennbar sind?

 **AUFGABE 1**

Betrachtet den euch gezeigten Gegenstand.

a) Welche Eigenschaften hat das gezeigte Produkt?

b) Sortiert die Produkteigenschaften danach, ob diese am Produkt erkennbar sind:

Erkennbar	Nicht erkennbar

 **AUFGABE 2**

Nennt Möglichkeiten, wie nicht erkennbare Produkteigenschaften für den Käufer erkennbar gemacht werden könnten.

PHASE 1:

VERLÄSSLICHE INFORMATION ODER NUR BUNTE BILDCHEN?

Lisa geht mit ihrem Freund Tobias in ein großes Warenhaus einkaufen. Ihre Klasse will zur Finanzierung der Klassenfahrt auf dem Wochenmarkt und bei Stadtfesten selbstgemachte Speisen verkaufen.

Auf dem anstehenden Stadtfest wollen sie unter anderem eine Paella mit Meeresfrüchten verkaufen. Dafür benötigen sie, neben Gewürzen und Reis, vor allem Muscheln, Garnelen sowie Tintenfische. Am Kühlregal angekommen finden sie eine Vielzahl an verschiedenen Tintenfischpackungen vor. Lisa und Tobias können sich nicht entscheiden, welche sie kaufen sollen. Tobias findet, dass man auch auf Tierschutz und Nachhaltigkeit achten soll, daher greift er zu der Packung mit vielen Siegeln und Logos, die dies versprechen. Lisa ist skeptisch, denn sie hat kürzlich in der Zeitung gelesen, dass es sehr viele Siegel gibt und es nicht immer klar ist, ob diese halten, was sie versprechen. Nach einer kurzen Recherche zu den abgebildeten Gütesiegeln im Internet ist Tobi von den widersprüchlichen Informationen genervt. Anscheinend gibt es unterschiedliche Möglichkeiten, wer auf welcher Grundlage und wie Gütesiegel zu den unterschiedlichsten Produkteigenschaften vergibt.

Daher entscheiden sich die beiden vorerst nichts zu kaufen. Denn gerade Gütesiegel sollen doch gewährleisten, dass man die gewünschten Produkteigenschaften bekommt, auch wenn man sie am Produkt nicht sehen und nicht überprüfen kann.

Ziemlich ratlos wendet sich Tobi an seinen Vater und spricht mit ihm über das Problem. Leider hat auch er keine zufriedenstellende Antwort. Ihm fällt aber ein, dass eine der Bundestagsabgeordneten ihres Wahlkreises auch im Ausschuss für Recht und Verbraucherschutz sitzt. Man könnte sich ja an sie wenden. Genau das machen nun Lisa und Tobi und schreiben ihr in einem Brief von ihrem Anliegen.

 **AUFGABEN**

Lies dir den Fall sehr genau durch. Markiere unbekannte Begriffe. Beschreibe das Informationsproblem von Lisa und Tobias in eigenen Worten.

PHASE 2:**DER AUSSCHUSS FÜR RECHT UND VERBRAUCHERSCHUTZ TAGT**

Du bist ein Mitglied des Ausschuss für Recht und Verbraucherschutz und bist mit der Evaluation des Problems beauftragt. Um den Fall beurteilen zu können, beschließt ihr, erstmal eine Übersicht des Gütesiegelmarktes zu gewinnen. Dazu wurden exemplarisch vier Gütesiegel ausgewählt.

Führe eine Internet-Recherche durch und arbeite folgende Merkmale heraus:

1. Die Grundlage des Gütesiegels.

Wer gibt es heraus?

Ein privates Unternehmen oder eine staatliche Institution?

Wer hat die Kriterien des Gütesiegels bestimmt?

2. Die Kontrolle des Gütesiegels.

Wer kontrolliert das auszuzeichnende Produkt oder Unternehmen und auf welcher Grundlage?

Der Siegelvergeber selbst, ein drittes Unternehmen oder der Staat?

3. Die Inhaltskriterien.

Was sind die ausgezeichneten Kriterien?

Wird das Gütesiegel für eine Produkteigenschaft (bspw. Hautverträglichkeit) oder eine Prozesseigenschaft (bspw. Tierwohl oder Arbeitsschutz) vergeben?

Nutze dazu das Strukturblatt. Verwende vor allem die offiziellen Webseiten der Siegelvergeber oder seriöse Quellen wie Zeitungen.

Die vier Gütesiegel sind:**Das EU-Bio-Siegel****Der Marine Stewardship Council (MSC)****Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ)****Das Europäische Umweltzeichen (bzw. EU Ecolabel)****Quellen:**

EU-Bio-Siegel: <https://label-online.de/label/eu-bio-logo/>, zuletzt zugegriffen am 02.03.2021

MSC Siegel: <https://label-online.de/label/msc-marine-stewardship-council/>, zuletzt zugegriffen am 02.03.2021

DISQ Siegel: https://disq.de/img/2017/awards/osp/20170921_Online-Shop-Preis.svgz, zuletzt zugegriffen am 02.03.2021

EU-Eco-Label: <https://label-online.de/label/europaeisches-umweltzeichen-allzweck-und-sanitaerreiniger/>, zuletzt zugegriffen am 02.03.2021



EU-Bio-Siegel



MSC



DISQ



EU-Eco-Label

	Grundlage	Kontrolle	Inhaltskriterien
EU-Bio-Siegel			
MSC			
DISQ			
EU-Eco-Label			

Quellen:

EU-Bio-Siegel: <https://label-online.de/label/eu-bio-logo/>, zuletzt zugegriffen am 02.03.2021

MSC Siegel: <https://label-online.de/label/msc-marine-stewardship-council/>, zuletzt zugegriffen am 02.03.2021

DISQ Siegel: https://disq.de/img/2017/awards/osp/20170921_Online-Shop-Preis.svgz, zuletzt zugegriffen am 02.03.2021

EU-Eco-Label: <https://label-online.de/label/europaeisches-umweltzeichen-allzweck-und-sanitaerreiniger/>, zuletzt zugegriffen am 02.03.2021

PHASE 2: DER AUSCHUSS TAGT ZUM ZWEITEN MAL

Nachdem ihr die verschiedenen Gütesiegel analysiert habt, vergleicht und diskutiert ihr im Ausschuss die Ergebnisse.

Bevor ihr aber über das weitere Vorgehen beraten und einen möglichen Lösungsvorschlag ausarbeiten könnt, bittet ihr verschiedene Institutionen und Verbände um eine Stellungnahme zum Thema Gütesiegel.

Die fünf eingegangenen Stellungnahmen bekommt nun jedes Ausschussmitglied vorgelegt. Deine Aufgabe ist es, nun die Kernargumente und die gegebenenfalls gemachten Lösungsvorschläge herauszuarbeiten. Der Ausschuss setzt zur Besprechung eine weitere Tagung an.

STELLUNGNAHMEN

Gemeinsame Stellungnahme der Verbraucherverbände

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir begrüßen ausdrücklich die aufgenommene Arbeit des Ausschusses für Recht und Verbraucherschutz, um mehr Klarheit im Siegel-Dschungel für Verbraucher zu schaffen. Die Verbraucherverbände bedanken sich und nehmen zu diesem Thema sehr gerne Stellung.

Stellungnahme

Private Gütesiegel sind grundsätzlich eine Dienstleistung für Unternehmen von Unternehmen und sind häufig ein Geschäftsfeld von Marktforschungsunternehmen. Zudem sind die Gütesiegel der unterschiedlichen Anbieter in der Regel nicht miteinander vergleichbar, da ihre Standards unterschiedliche Aspekte in zudem unterschiedlicher Tiefe umfassen.

Gütesiegel sind Vertrauensgüter, dies bedeutet Verbraucher haben keine Möglichkeit, die Qualität und Zuverlässigkeit eines Gütesiegels zu verifizieren, da sie keinen Einblick in dessen Zertifizierungsprozess und dessen Kontrollen erhalten.

Aus unserer Sicht kann daher nur ein unabhängiges System, basierend auf gesetzlichen Vorschriften, tatsächlich Verlässlichkeit bei der Siegelvergabe bieten. Das würde bedeuten, dass es einer staatlichen Regulierung des Gütesiegelmarktes bedürfte – mit einer dauerhaften Marktüberwachung.

Nichtregierungsorganisation

Sehr geehrte Damen und Herren Abgeordnete,

für die Gelegenheit, zu Ihrem Vorhaben einer Verbesserung der Verbraucherinformation Stellung zu nehmen, danken wir Ihnen herzlich.

Aus unserer Sicht müssen künftige Maßnahmen, welche die Verlässlichkeit von Informationen für Verbraucher durch Gütesiegel sicherstellen sollen, folgende Kriterien aufweisen:

- Eine rechtliche Grundlage mit Mindestanforderungen an Gütesiegel ist unerlässlich.
- Die Unabhängigkeit der Siegelvergeber bzw. der Zertifizierungsorganisationen von Industrie und Handel ist entscheidend.
- Unabhängige und angemeldete Kontrolle sind notwendig.
- Genaue Definition der Sachlagen und Begrifflichkeiten ist notwendig.
- Keine Hürden (finanzieller oder organisatorischer Natur) für die Beteiligung aller betroffenen Interessengruppen.
- Eine vollständige Rückverfolgbarkeit.

Nur so kann aus unserer Sicht garantiert werden, dass Gütesiegel auch einhalten, was sie versprechen.

Siegelvergeber

Sehr geehrte Mitglieder des Ausschusses für Recht und Verbraucherschutz,

sehr gerne nehmen wir Stellung und bedanken uns für die Möglichkeit bei ihrem Vorhaben mitwirken zu dürfen.

Aus unserer Sicht fällt es vielen Verbrauchern schwer, in einer zunehmend komplexen Welt mit großer Angebotsvielfalt und einer Informationsflut die richtigen Entscheidungen zu treffen.

Hier können Siegel dem Verbraucher nützlich sein, weil sie ihm helfen können, eine richtige Entscheidung zu treffen. Wenn diese Siegel auf unabhängigen, objektiven und sachkundigen Untersuchungen basieren, schaffen sie Transparenz und unterstützen den Verbraucher bei der Entscheidungsfindung.

Einer staatlichen Regulierung bzw. der staatlichen Zuschreibung, wer Siegel vergeben darf, stehen wir skeptisch gegenüber. Auch sollte eine wirtschaftliche Ausrichtung des Siegelvergebers nicht von Belang sein, solange den bisherigen gesetzlichen Vorgaben entsprochen wird und die Unabhängigkeit vom Interesse des Ausgezeichneten gewahrt wird.

Unsere Tests basieren auf anerkannten wissenschaftlichen Verfahren und liefern dadurch gesicherte und transparente Ergebnisse. Ein staatliches Kontroll- und Regulierungssystem erhöht die bürokratischen Schranken und damit letztlich die Kosten für die Verbraucher. Auch erhöht sich dadurch aus unserer Sicht nicht die Qualität, da bereits heute schon erprobte und transparente Test- bzw. Zertifizierungsverfahren die Grundlage für eine Siegelvergabe sind.

Rechtsexperten

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir danken Ihnen zu Ihrem Vorhaben Stellung nehmen zu dürfen und begrüßen dieses ausdrücklich.

Aus unserer Sicht können Siegel grundsätzlich helfen, Verbraucher mit Informationen zu Produkten zu versorgen. Neben der Verbraucherbildung sollten Verbraucher durch einheitliche Standards, Gütesiegel, Zertifikate, Selbstverpflichtungen oder Garantien unterstützt werden. Für die Entwicklung dieser Standards müssen Verfahren und Kriterien festgelegt werden. Zudem darf die Möglichkeit zur Siegelvergabe nur durch eine Akkreditierung erfolgen. Eine laufende staatliche Überprüfung der Vergabekriterien ist notwendig.

Allerdings sollte aus unserer Sicht ein staatliches Prüfmonopol vermieden werden. Uns erscheint der Wettbewerb verschiedener Prüforganisationen im staatlichen Auftrag grundsätzlich als sinnvoll.

Gemeinsame Stellungnahme der Wirtschaftsverbände

An den Ausschuss für Recht und Verbraucherschutz

Sehr geehrte Damen und Herren,

vielen Dank für die Möglichkeit, zu Ihrem Vorhaben Stellung zu nehmen.

Wir begrüßen grundsätzlich das Vorhaben, die Verbraucher in ihrer Konsumententscheidung zu stärken.

Aus unserer Sicht darf aber nicht in die unternehmerische Freiheit eingegriffen werden. Vielmehr müssen faire Wettbewerbsbedingungen am Markt gewährleistet sein. Ein verbindlicher staatlicher Zertifizierungsprozess zum Erhalt von Gütesiegeln würde einerseits eben in diese Freiheit massiv eingreifen und würde andererseits zudem Zertifizierungsunternehmen und Siegelvergeber besonders bevorteilen. Der hohe bürokratische Aufwand und die hohen Kosten der Lizenzierung hätten enorme wirtschaftliche Folgen und würden sich negativ im Verkaufspreis niederschlagen. Somit kämen auf den Verbraucher hohe Kosten zu und unsere Mitglieder müssten unsere Kunden über die Maßen belasten.

Zudem gefährden die hohen Kosten auch die Existenzgrundlage von Unternehmen. Daher ist aus unserer Sicht die bestmögliche Variante zum Erhalt eines Gütesiegels, eine Eigenverpflichtung der Siegelnehmer die Gütesiegelanforderungen einzuhalten. Für dieses eigenverantwortliche Vorgehen ist kein verpflichtender Gesetzesdruck notwendig.

PHASE 3: DER AUSSCHUSS TAGT ZUM DRITTEN MAL

Nachdem ihr die eingegangenen Stellungnahmen analysiert habt, ist es Zeit verschiedene Lösungsmöglichkeiten zu beurteilen und zu erörtern. Erstellt dazu eine übersichtliche Liste mit den Vor- und Nachteilen.

Lösung 1:

Vorteile	Nachteile

Lösung 2:

Vorteile	Nachteile

Lösung 3:

Vorteile	Nachteile

PHASE 4:
DER AUSSCHUSS TAGT ZUM LETZTEN MAL

Nun ist es an der Zeit, eine Entscheidung zu treffen. Schaut euch dazu nochmals eure Lösungsansätze an. Stimmt für einen Vorschlag ab und formuliert einen schriftlichen Beschluss.

Der schriftliche Beschluss ist folgendermaßen aufgebaut: Im Abschnitt A werden das Problem und das Ziel dargelegt, was genau gemacht werden soll. Der Abschnitt B befasst sich damit, wie das Ziel erreicht wird und im letzten Abschnitt C wird ausführlich dargelegt, warum ein Gesetzesentwurf notwendig ist.

Euren Beschluss bringt ihr anschließend im Parlament zur Diskussion ein. Überlegt euch dazu eine überzeugende Argumentation, warum die Bundestagsmitglieder für euren Vorschlag stimmten sollten. Bereitet euch auch auf Gegenargumente der Bundestagsmitglieder vor.

Wir, der Ausschuss für Recht und Verbraucherschutz, haben folgenden Beschluss gefasst:

A. PROBLEM UND ZIEL

B. LÖSUNG

ÜBERSICHT DER EINZELNEN SIEGEL

1. EU-BIO-SIEGEL

Überblick

Mit der Verordnung (EG) 834/2007 hat die Europäische Union die Grundsätze, Ziele und allgemeine Regeln für die ökologische/biologische Erzeugung festgelegt und bestimmt, wie diese Erzeugnisse zu kennzeichnen sind. Mit dieser Verordnung werden Bio und weitere Bezeichnungen wie Öko EU-weit geschützte Begriffe. Es dürfen nur noch Produkte, welche die Anforderungen dieser Verordnung nach Prüfung erfüllen, diese Bezeichnung führen. Mit der Durchführungsverordnung (EG) Nr. 889/2008 und (EG) Nr. 1235/ 2008 werden die Details des Anbaus, der Produktion und Vermarkten sowie die Einfuhr aus Drittländern geregelt. Seit 2010 ist die Kennzeichnung mit dem EU-Bio-Logo auf Bio-Produkten verbindlich, Produkte können aber zusätzlich mit weiteren Siegeln, beispielsweise dem deutschen Bio-Siegel oder Zeichen privater Verbände und Handelsmarken, gekennzeichnet werden. Diese EU-Verordnungen wurden im nationalen Recht umgesetzt. In Deutschland wurde das Öko-Landbaugesetz (ÖLG) für diesen Zweck erlassen. Des Weiteren wird die Kennzeichnung von Öko-Produkten im Öko-Kennzeichengesetz und durch die Öko-Kennzeichen-Verordnung (ÖkoKennzV) geregelt. Die ÖLG-Kontrollstellen-Zulassungsverordnung (ÖLGKontrollStZulV) enthält detaillierte Vorgabe für die Zulassung der privaten Kontrollstellen im ökologischen Landbau.

Siegelvergabe

Um das Bio-Siegel als Erzeuger zu erhalten, müssen die Produzenten bereits im Vorfeld einiges tun. Denn die Umstellungszeit dauert bis zu drei Jahren bei Pflanzenbaubetrieben und bis zu zwei Jahre bei tierhaltenden Betrieben. Mit der Anmeldung bei einer zugelassenen Kontrollstelle beginnt dieser mehrjährige Prozess. In dieser Zeit muss der Betrieb bereits ökologisch produzieren, kann aber erst nach Ablauf der Umstellungszeit seine Produkte als ökologisch oder biologisch vermarkten. Zudem müssen in der sogenannten Betriebsbeschreibung genaue Belege und Aufzeichnungen festgehalten und für spätere Kontrollen laufend aktualisiert werden. Wenn alle Auflagen und Bestimmungen bei den Kontrollen erfüllt werden, gelten die Produkte als ökologisch und das Bio-Siegel darf verwendet werden.

Für Öko-Lebensmittelhersteller, deren Produkte aus mehreren Zutaten bestehen, müssen laut Verordnung mindestens 95 % der Inhalte aus der Bio-Produktion stammen. Die Lebensmittelhersteller müssen einige Auflagen erfüllen, beispielsweise die getrennte Warenlagerung und die zeitlich oder räumlich getrennte Produktion von konventionellen und biologischen Produkten. Auch sie müssen genaue Belege und Aufzeichnungen führen und für die jährlichen Kontrollen laufend aktualisieren.

Kontrolle

Alle Betriebe und Unternehmen, die Produkte als ökologisch vermarkten, werden einmal jährlich kontrolliert. Zusätzlich gibt es unangemeldete Stichprobenkontrollen.

Links zum EU-Bio-Siegel

Die unten abgebildeten Links und QR-Codes dienen euch als erste Anlaufstelle für eure Recherche. Schaut auch auf Unterseiten und Links in den Texten nach weiteren Informationen.



*Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (2015):
EU-Bio-Logo ergänzt verpflichtend das deutsche Bio-Siegel*

[https://www.bmel.de/DE/themen/landwirtschaft/
oekologischer-landbau/eu-bio-logo.html](https://www.bmel.de/DE/themen/landwirtschaft/oekologischer-landbau/eu-bio-logo.html)

zuletzt zugegriffen am 02.03.2021



*Europäische Kommission (2018): EU-Rechtsvorschriften zum ökologischen/
biologischen Landbau: Überblick*

https://ec.europa.eu/agriculture/organic/eu-policy/eu-legislation/brief-overview_de

zuletzt zugegriffen am 02.03.2021



Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (2018): Bio-Siegel

<https://www.oekolandbau.de/bio-siegel/>

zuletzt zugegriffen am 02.03.2021

2. DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT (DISQ)

Überblick

Das Deutsche Institut für Service-Qualität GmbH & CO KG (DISQ) ist ein privatwirtschaftliches Marktforschungsinstitut, welches im Auftrag von Medienunternehmen (Zeitungen und Fernsehsendern) Studien durchführt. Es untersucht vor allem die Servicequalität von Unternehmen, beispielsweise Telekommunikationsanbieter oder Internet-Shops. Die ausgezeichneten Unternehmen werden sowohl auf der Homepage der DISQ sowie in Publikationen durch Medienunternehmen bekannt gemacht.

Siegelvergabe

Das Ziel der Servicestudien ist laut eigenen Angaben, den Service und die Leistung von Unternehmen aus Sicht der Kunden zu analysieren. Dies geschieht mithilfe von Beratungsgesprächen in Filialen vor Ort, Testkäufen, Testanrufen beziehungsweise Test-E-Mails sowie Kundenbefragungen. Die Tests basieren laut DISQ auf standardisierten und objektiven nachprüfbar Verfahren. Das Ergebnis der Studie wird zunächst dem Auftraggeber exklusiv zur Verfügung gestellt. Die ausgezeichneten Unternehmen dürfen nur gegen eine Lizenzgebühr mit dem Siegel werben. Da die Studien von Dritten beauftragt werden und innerhalb eines kurzen, bestimmten Zeitraumes stattfinden, bilden die Siegel nur den Stand zum Zeitpunkt des Tests ab.

Kontrolle

Eine Prüfung, ob sich die Dienstleistung bzw. der Service positiv oder negativ verändert hat, wird nicht regelmäßig geprüft. Eventuell wird ein bereits getestetes Unternehmen in einer späteren Studie nochmals getestet.

Das DISQ veröffentlicht keine Informationen, mit welchen Prüfkriterien in den jeweiligen Studien die Unternehmen getestet wurden. Es werden Gesamt- und Teilergebnisse veröffentlicht. Detaillierte Studienergebnisse sind nur gegen eine Schutzgebühr zu erhalten.

Links zur Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG (DISQ)

Die unten abgebildeten Links und QR-Codes dienen euch als erste Anlaufstelle für eure Recherche. Schaut auch auf Unterseiten und Links in den Texten nach weiteren Informationen.



*DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG (o.J.):
Unternehmen*

<https://disq.de/unternehmen.html>

zuletzt zugegriffen am 02.03.2021



*DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG (o.J.):
Methoden*

<https://disq.de/methoden.html>

zuletzt zugegriffen am 02.03.2021



*DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG (2018):
Test Jugendkonten*

<https://disq.de/2018/20180514-Jugendkonten.html>

zuletzt zugegriffen am 02.03.2021

3. MARINE STEWARDSHIP COUNCIL (MSC)

Überblick

Der Marine Stewardship Council (MSC) ist eine in Großbritannien registrierte gemeinnützige Organisation, die sich laut eigenen Angaben für eine nachhaltige (Wild-)Fischerei einsetzt. Er wurde von Vertretern der Wirtschaft (Unilever) und Naturschutzorganisationen (WWF) 1997 gegründet.

Siegelvergabe

Alle Fischereien, die Wildfisch fangen, können sich nach dem MSC-Standard zertifizieren lassen. Die Zertifizierung wird von akkreditierten Zertifizierern durchgeführt. Diese sogenannten Conformity Assessment Bodies (CAB) bewerten eine Reihe von Informationen und prüfen die Fischereien anhand des MSC-Umweltstandards. Dieser Standard gliedert sich in die drei Prinzipien: Nachhaltigkeit für Fangarten, Ökosysteme und Managementpraxis. Diesen drei Prinzipien sind 28 Leistungsindikatoren zugeordnet, anhand derer die Eigenschaft „Nachhaltigkeit“ einer Fischerei bewertet wird. Für die Erfüllung dieser Indikatoren werden Punkte vergeben. Erreicht eine Fischerei mindestens 60 von 100 Punkten, erhält sie, mit der Bedingung der Verbesserung, die Zertifizierung. Für die Verbesserungsmaßnahmen erhält sie maximal fünf Jahre Zeit. Durchschnittlich über alle drei Prinzipien hinweg müssen 80 Punkte erreicht werden. Die Zertifizierung ist fünf Jahre gültig.

Für Handelsunternehmen, die den zertifizierten Fisch kaufen und weiterverarbeiten, gibt es einen eigenen Zertifizierungsprozess. Dabei soll vor allem in einem Audit die Rückverfolgbarkeit der Liefer- und Verarbeitungskette überprüft werden. Nach erfolgreichem Audit erhält das Unternehmen ein dreijährig gültiges Zertifikat. Um das Logo nutzen zu dürfen, müssen die Unternehmen eine Logolizenzvereinbarung abschließen.

Kontrolle

Die Zertifizierungsstelle ist dazu verpflichtet, während der fünf Jahre gültigen Zertifizierung jährliche Audits durchzuführen. In diesen Audits werden alle bedeutenden Änderungen untersucht, die entweder in der physischen Umgebung oder im Management der Fischerei aufgetreten sind. Der Zertifizierer hat das Recht, jederzeit eine unangekündigte Prüfung durchzuführen oder regelmäßige Audits festzulegen, falls es die Umstände seiner Einschätzung nach erfordern. Auch die Handelsunternehmen oder Lebensmittelhersteller, die mit zertifiziertem Fisch handeln bzw. diesen weiterverarbeiten, werden jährlich durch externe und akkreditierte Zertifizierer kontrolliert.

Transparenz

Der MSC-Standard ist öffentlich auf der Homepage detailliert veröffentlicht. Er basiert auf internationalen Normen und Regulierungen, die auch auf den entsprechenden Webseiten dieser Organisationen einsehbar sind.

Die sogenannten Conformity Assessment Bodies, die die Fischereien zertifizieren, sind ebenfalls auf Webseiten öffentlich auffindbar, genau wie die Ergebnisse dieser Zertifizierung. Genaue Auskünfte über die zertifizierten Fischereien bspw. zur Fangmethode können online eingesehen werden.

Links zum Marine Stewardship Council (MSC)

Die unten abgebildeten Links und QR-Codes dienen euch als erste Anlaufstelle für eure Recherche. Schaut auch auf Unterseiten und Links in den Texten nach weiteren Informationen.



Marine Stewardship Council (o.J.): MSC-Zertifizierungskriterien

<https://www.msc.org/de/ueber-uns/msc-zertifizierungskriterien>

zuletzt zugegriffen am 02.03.2021



Marine Stewardship Council (o.J.): Externe Richtlinien, an die wir uns halten

<https://www.msc.org/de/stakeholder-beteiligung/externe-richtlinien>

zuletzt zugegriffen am 02.03.2021



Marine Stewardship Council (o.J.): Zertifizierung für Fischereien

<https://www.msc.org/de/zertifizierung-logonutzung/zertifizierung-fuer-fischereien>

zuletzt zugegriffen am 02.03.2021



Marine Stewardship Council (o.J.): Zertifizierung für Unternehmen

<https://www.msc.org/de/zertifizierung-logonutzung/zertifizierung-fuer-unternehmen>

zuletzt zugegriffen am 02.03.2021

4. EU ECOLABEL

Überblick

Das EU Ecolabel wurde 1992 von der Europäischen Kommission ins Leben gerufen (EG-Verordnung 1980/2000/EG) und wird an Produkte und Dienstleistungen vergeben, die geringere Umweltauswirkungen haben als vergleichbare. Das EU Ecolabel soll dem Verbraucher helfen, umweltfreundliche und gesündere Produkte und Dienstleistungen identifizieren zu können. Zeicheninhaber des EU Ecolabels ist die Europäische Kommission. Oberstes Gremium ist das European Union Ecolabelling Board (EUEB). Zu dessen Aufgaben gehören die Unterstützung bei der Entwicklung und Überarbeitung der jeweiligen Kriterien für das EU Ecolabel und die Unterstützung bei deren Implementierung. Das EUEB setzt sich zusammen aus Vertretern der einzelnen Mitgliedsstaaten (den Competent Bodies) und weiteren Mitgliedern aus Industrie, Umwelt und Verbraucherverbänden, Gewerkschaften, kleinen und mittleren Betrieben und dem Handel.

Siegelvergabe

Das EU Ecolabel ist ein freiwilliges Siegel und es besteht keine Verpflichtung zur Nutzung, um umweltfreundliche Produkte auszuzeichnen. Hersteller, Importeure oder Dienstleister sowie Händler beantragen die Nutzung bei der jeweils zuständigen Stelle (Competent Bodies). Dies sind für Deutschland seit 1992 das Umweltbundesamt (UBA) und die RAL gGmbH. Dabei ist das Umweltbundesamt für die fachliche Seite bei der Neu- und Weiterentwicklung von Vergabekriterien zuständig und unterstützt die RAL gGmbH fachlich bei der Antragsbearbeitung. Die RAL gGmbH prüft eingehende Anträge auf Nutzung des EU Ecolabels und schließt nach positiver Prüfung die entsprechenden Zeichenbenutzungsverträge mit den jeweiligen Zeichennehmern ab. Den Antrag müssen die vorgegebenen Nachweise für die jeweiligen Anforderungen der Produkt- und Dienstleistungsgruppen (bspw. Personal-, Notebook- und Tablet-Computer) beigelegt werden. Wenn alle Anforderungen erfüllt sind, schließt die RAL gGmbH mit dem Unternehmen einen Vertrag zur Labelnutzung. Diese Nachweise können Selbstauskünfte, Dokumentationen, Prüfberichte Dritter oder ein unbeschädigtes Produktmuster sein. Die Kriterien der Vergabe werden alle drei bis fünf Jahre überarbeitet. Mit der Veröffentlichung neuer Kriterien werden die bestehenden Zeichenbenutzungsverträge gekündigt, verbunden mit der Möglichkeit, auf Basis der neuen Kriterien das EU Ecolabel erneut zu beantragen.

Kontrolle

Abgesehen von der Prüfung auf Einhaltung der Kriterien bei der Antragstellung und der vertraglichen Verpflichtung diese einzuhalten, sind regelmäßige Kontrollen nicht vorgesehen.

Links zum EU Ecolabel

Die unten abgebildeten Links und QR-Codes dienen euch als erste Anlaufstelle für eure Recherche. Schaut auch auf Unterseiten und Links in den Texten nach weiteren Informationen.



RAL gemeinnützige GmbH (o.J.): Über das EU Ecolabel

<https://eu-ecolabel.de/eu-ecolabel-das-umweltzeichen-ihres-vertrauens/ueber-das-eu-ecolabel>

zuletzt zugegriffen am 02.03.2021



EU Kommission (2018): EU Ecolabel

http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/index_en.htm

zuletzt zugegriffen am 02.03.2021



RAL gemeinnützige GmbH (o.J.): Entgeltordnung für das europäische Umweltzeichen

https://eu-ecolabel.de/fileadmin/user_upload/Documents/Sonstige_Dokumente_DE/Euro-UZ_Entgelt_Deutsch_2015.pdf

zuletzt zugegriffen am 02.03.2021

Weiterführende Literatur zu den Stellungnahmen

EU Kommission (2018): Frequently Asked Questions,
<http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/faq.html>
zuletzt zugegriffen am 02.03.2021

Greenpeace (o.J.): Wie glaubwürdig sind die Gütesiegel von Fischprodukten,
<https://www.greenpeace.de/themen/meere/wie-glaubwuerdig-sind-die-gutesiegel-von-fischprodukten>
zuletzt zugegriffen am 02.03.2021

institut für finanzdienstleistungen e.V. (2011): Sinn und Nutzen von Siegeln – Mehr Klarheit für Verbraucher. In: Konferenz Report Internationale Konferenz zu Finanzdienstleistungen, institut für finanzdienstleistungen e.V. (iff)) S.89-95

Landtag Baden-Württemberg (2015): Drucksache 15/7679
https://www.landtag-bw.de/files/live/sites/LTBW/files/dokumente/WP15/Drucksachen/7000/15_7679_D.pdf
zuletzt zugegriffen am 02.03.2021

RAL gemeinnützige GmbH (o.J.): Übersicht aller Produkte/Dienstleistungen, für die das EU Ecolabel von der deutschen Vergabestelle (RAL gGmbH) verliehen wurde und für die das EU Ecolabel Logo verwendet werden darf,
http://www.eu-ecolabel.de/produkte-anbieter.html?&no_cache=1
zuletzt zugegriffen am 02.03.2021

Verbraucherzentrale Bundesverband (2018): Urteil: Werbung von Galeria Kaufhof irreführend,
<https://www.vzbv.de/pressemitteilung/urteil-werbung-von-galeria-kaufhof-irrefuehrend>
zuletzt zugegriffen am 02.03.2021

Weiterführende Links zum EU-Bio-Siegel

Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (2018): Gesetze und Verordnungen,
<https://www.oekolandbau.de/bio-siegel/info-fuer-unternehmen/kontrollen/gesetzliche-grundlagen/>
zuletzt zugegriffen am 02.03.2021

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (2015): EU-Bio-Logo ergänzt verpflichtend das deutsche Bio-Siegel,
<https://www.bmel.de/DE/themen/landwirtschaft/oekologischer-landbau/eu-bio-logo.html>
zuletzt zugegriffen am 02.03.2021

Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (2018): Umstellen auf ökologischen Landbau – Der Fahrplan,
<https://www.oekolandbau.de/erzeuger/umstellung/umstellungszeitplaene/>
zuletzt zugegriffen am 02.03.2021

Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (2018): Öko-Kontrolle,
<https://www.oekolandbau.de/landwirtschaft/betrieb/kontrolle/oeko-kontrollen/>
zuletzt zugegriffen am 02.03.2021

Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (2018): Produkt- und Unternehmensdatenbank,
<https://www.oekolandbau.de/bio-siegel/bio-siegel-datenbank/>
zuletzt zugegriffen am 02.03.2021

Europäische Kommission (2018): EU-Rechtsvorschriften zum ökologischen/biologischen Landbau: Überblick,
https://ec.europa.eu/agriculture/organic/eu-policy/eu-legislation/brief-overview_de
zuletzt zugegriffen am 02.03.2021

Peterson CU Deutschland GmbH (o.J.): FAQ's
<https://www.controlunion-germany.com/FAQ>
zuletzt zugegriffen am 02.03.2021

Rat der Europäischen Union (2007): VERORDNUNG (EG) Nr. 834/2007 vom 28. Juni 2007 über die ökologische/biologische Produktion und die Kennzeichnung von ökologischen/biologischen Erzeugnissen und zur Aufhebung der Verordnung (EWG) Nr. 2092/91,
https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=uriserv:OJ.L_.2007.189.01.0001.01.DEU
zuletzt zugegriffen am 02.03.2021

Weiterführende Links zur Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG (DISQ)

DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG (o.J.): Startseite,
<https://disq.de/>

zuletzt zugriffen am 02.03.2021

DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG (o.J.): Unternehmen,
<https://disq.de/unternehmen.html>

zuletzt zugriffen am 02.03.2021

DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG (o.J.): Methoden,
<https://disq.de/methoden.html>

zuletzt zugriffen am 02.03.2021

DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG (2018): Test Jugendkonten,
<https://disq.de/2018/20180514-Jugendkonten.html>

zuletzt zugriffen am 02.03.2021

Weiterführende Links zum Marine Stewardship Council (MSC)

Marine Stewardship Council (o.J.): MSC-Zertifizierungskriterien,
<https://www.msc.org/de/ueber-uns/msc-zertifizierungskriterien>

zuletzt zugriffen am 02.03.2021

Marine Stewardship Council (o.J.): Das MSC-Siegel nutzen,
<https://www.msc.org/de/zertifizierung-logonutzung/das-msc-siegel-nutzen>

zuletzt zugriffen am 02.03.2021

Marine Stewardship Council (o.J.): Zertifizierung für Fischereien,
<https://www.msc.org/de/zertifizierung-logonutzung/zertifizierung-fuer-fischereien>

zuletzt zugriffen am 02.03.2021

Accreditation Services International (o.J.): Find a CAB,
<http://www.accreditation-services.com/s/find-a-cab>

zuletzt zugriffen am 02.03.2021

Marine Stewardship Council (o.J.): Externe Richtlinien, an die wir uns halten,
<https://www.msc.org/de/stakeholder-beteiligung/externe-richtlinien>

zuletzt zugriffen am 02.03.2021

Marine Stewardship Council (o.J.): Zertifizierung für Unternehmen,
<https://www.msc.org/de/zertifizierung-logonutzung/zertifizierung-fuer-unternehmen>

zuletzt zugriffen am 02.03.2021

Marine Stewardship Council (o.J.): Nutzungsgebühren,
https://www.msc.org/docs/default-source/de-files/standards-prozesse/unternehmen/logonutzung/nutzungsgebuehren-fuer-das-msc-siegel_2016.pdf?sfvrsn=7d6d557d_4

zuletzt zugriffen am 02.03.2021

Marine Stewardship Council (o.J.): Organisation,
<https://www.msc.org/de/ueber-uns/organisation>

zuletzt zugriffen am 02.03.2021

Weiterführende Links zum EU Ecolabel

EU Kommission (2018): Frequently Asked Questions,
<http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/faq.html>
zuletzt zugriffen am 02.03.2021

RAL gemeinnützige GmbH (o.J.): Über das EU Ecolabel,
<https://eu-ecolabel.de/eu-ecolabel-das-umweltzeichen-ihres-vertrauens/ueber-das-eu-ecolabel>
zuletzt zugriffen am 02.03.2021

RAL gemeinnützige GmbH (o.J.): Vergabe des EU Ecolabels,
<https://eu-ecolabel.de/fuer-unternehmen/vergabeverfahren>
zuletzt zugriffen am 02.03.2021

RAL gemeinnützige GmbH (o.J.): Kosten des EU Ecolabels/Entgeltordnung,
<https://eu-ecolabel.de/fuer-unternehmen/kosten>
zuletzt zugriffen am 02.03.2021

RAL gemeinnützige GmbH (o.J.): Entgeltordnung für das europäische Umweltzeichen;
https://eu-ecolabel.de/fileadmin/user_upload/Documents/Sonstige_Dokumente_DE/Euro-UZ_Entgelt_Deutsch_2015.pdf
zuletzt zugriffen am 02.03.2021

RAL gemeinnützige GmbH (o.J.): Übersicht aller Produkte/Dienstleistungen, für die das EU Ecolabel von der deutschen Vergabestelle (RAL gGmbH) verliehen wurde und für die das EU Ecolabel Logo verwendet werden darf,
<https://eu-ecolabel.de/fuer-unternehmen/produkte-und-anbieter>
zuletzt zugriffen am 02.03.2021

EINSTIEGSBILD:
KAFFEEBOHNEN



MUSTERLÖSUNG

... AUFGABE 1

Betrachtet den euch gezeigten Gegenstand.

a) Welche Eigenschaften hat das gezeigte Produkt?

Glatt, leicht, hart, bitter, geruchsintensiv, fair, ökologisch ...

b) Sortiert die Produkteigenschaften danach, ob diese am Produkt erkennbar sind:

Erkennbar	Nicht erkennbar
<i>Größe Farbe Gewicht Haptik Geruch</i>	<i>frei von Konservierungsstoffen langlebig fair gehandelt ohne Kinderarbeit ökologisch</i>

... AUFGABE 2

Nennt Möglichkeiten, wie nicht erkennbare Produkteigenschaften für den Käufer erkennbar gemacht werden könnten.

*(Staatliche) Zertifizierungen
Gewährleistungsrecht
Mindeststandards
Gütesiegel*

MARKTVERSAGEN AUFGRUND VON INFORMATIONASYMMETRIE

Die wirtschaftliche Selbstbestimmung von Verbrauchern setzt die Vollständigkeit aller für die Entscheidungsfindung erforderlichen Informationen der am Markt angebotenen Produkte voraus. Ist diese Vollständigkeit nicht gegeben und sind die Anbieter besser über ihre Produkte und Dienstleistungen als die Verbraucher informiert, dann liegt **Informationsasymmetrie** vor. Führt diese Asymmetrie zu Kaufzurückhaltung oder zu Fehlkäufen, handelt es sich um ein Marktversagen. Somit kann der Markt seine Koordinierungsfunktion nicht erfüllen. Es werden Produkte am Markt angeboten, die dem Bedarf der Verbraucher nicht gerecht werden.

Informationsasymmetrie ist vielen Produkten aufgrund der Art ihrer Eigenschaften inhärent. Diese Produkteigenschaften können drei Kategorien zugeordnet werden. So gibt es **Sucheigenschaften**, welche die Verbraucher einem Produkt unmittelbar und vor dem Kauf ansehen können (z.B. Farbe des Steines, Beschaffenheit der Oberfläche). Dann gibt es **Erfahrungseigenschaften**, die die Verbraucher erst nach dem Kauf während des Gebrauchs feststellen können (z.B. Beständigkeit der Farbe, Abnutzung der Oberfläche). Und schließlich gibt es **Vertrauenseigenschaften**, die weder vor noch nach dem Kauf am Produkt selbst erkennbar sind (z.B. fair gehandelt, ohne Kinderarbeit produziert).

❖❖❖ MARKTVERSAGEN AUFGRUND VON INFORMATIONASYMMETRIE DROHT ALSO BEI PRODUKTEN, DIE ERFAHRUNGS- BZW. VERTRAUENSEIGENSCHAFTEN AUFWEISEN.

Drohendes Marktversagen kann bei Erfahrungseigenschaften prinzipiell überwunden werden, indem bspw. Anbieter Garantien aussprechen und sich verpflichten, diese einzuhalten. Solche Garantien funktionieren, da Verbraucher das Vorhandensein der versprochenen Erfahrungseigenschaft zwar erst nach dem Kauf, aber während des Gebrauchs überprüfen können. Dies führt dazu, dass die von den Anbietern versprochenen Erfahrungseigenschaften vorliegen oder zumindest die Garantiezusage durchgesetzt werden kann.

Bei Vertrauenseigenschaften liegt der Fall aber grundsätzlich anders. Während der Garantiefall bei Vertrauenseigenschaften von Verbrauchern ohnehin nicht festgestellt werden kann, da diese ja überhaupt nicht erkennbar sind, stellen private Gütesiegel nur eine Verschiebung des Problems der Informationsasymmetrie auf eine andere Ebene dar. Verbraucher müssten jetzt in der Lage sein, die Zuverlässigkeit des privaten Gütesiegels zu erkennen. Da sie aber keinen umfassenden Einblick in die Vergabe und Umsetzung privater Gütesiegel besitzen, ist ihnen das Erkennen der Zuverlässigkeit nicht möglich. Drohendes Marktversagen kann daher bei Vertrauenseigenschaften nur durch gesetzliche Regelungen zur Kennzeichnung und Überwachung überwunden werden.

❖❖❖ BEI VERTRAUENSEIGENSCHAFTEN HABEN GARANTIEEN UND AUCH PRIVATE GÜTESIEGEL KEINEN NUTZEN, DA VERBRAUCHER DAS VORHANDENSEIN EINER VERTRAUENSEIGENSCHAFT GRUNDSÄTZLICH NICHT FESTSTELLEN KÖNNEN.

Quelle: Verbraucherzentrale Baden-Württemberg (2018): Marktversagen aufgrund von Informationsasymmetrie
<https://www.verbraucherzentrale-bawue.de/bildung-bw/marktversagen-am-beispiel-von-informationsasymmetrien-18277>
zuletzt zugegriffen am 02.03.2021

REALISIERUNG DER LEITPERSPEKTIVE VERBRAUCHERBILDUNG		
<p>In dieser Unterrichtseinheit erstellen Schülerinnen und Schüler anhand des verbraucherpolitischen Konflikts ‚Erkennbarkeit von Produkteigenschaften‘ eine Fallstudie. Die SuS setzen sich anhand unterschiedlicher Gütesiegel mit der Problematik auseinander, wie durch politische Entscheidungen die selbstbestimmte Kaufentscheidung für jene Produkteigenschaften sichergestellt werden kann, die für Verbraucher am Produkt nicht erkennbar sind.</p>		
EINORDNUNG IN DEN BILDUNGSPLAN		
Kategorie	3.1.1	Gesellschaft
Unterkategorie	3.1.3.6	Problemlösefähigkeit des politischen Systems – eine Fallstudie
Inhaltliche Kompetenz	(1)	Anhand eines aktuellen politischen Konflikts (z. B. Umwelt-, Verbraucher-, Energiepolitik, Digitalisierung, Migration, Verschuldung, demografischer Wandel, Friedenssicherung) eine Fallstudie erstellen.
Konkretisierende/r Begriff/e		Finanzen und Vorsorge
Bezug zu den prozessbezogenen Kompetenzen	2.1.2	Politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Sach-, Konflikt- und Problemlagen anhand grundlegender sozialwissenschaftlicher Kategorien untersuchen (zum Beispiel Problem, Akteure, Interessen, Konflikt, Macht, Legitimation).
	2.1.5	Selbstständig problemorientierte Fragestellungen formulieren sowie Hypothesen aufstellen und auf ihre sachliche Richtigkeit hin untersuchen.
	2.1.6	Bei der Untersuchung von Sach-, Konflikt- und Problemlagen unterschiedliche Bereiche berücksichtigen (Gesellschaft, Wirtschaft, Politik).
	2.1.7	Bei der Untersuchung politischer, wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Sach-, Konflikt- und Problemlagen unterschiedliche Perspektiven berücksichtigen (individuelle, öffentliche, systemische).
	2.2.2	Unter Berücksichtigung unterschiedlicher Perspektiven eigenständig Urteile kriterienorientiert formulieren (zum Beispiel Effizienz, Effektivität, Legalität, Legitimität, Gerechtigkeit, Nachhaltigkeit, Transparenz, Repräsentation, Partizipation) und dabei die zugrunde gelegten Wertvorstellungen offenlegen.

	2.2.5	Begründete Vorschläge zur Bewältigung von politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Problemen formulieren.
	2.4.1	Selbstständig Recherchetechniken nutzen und auch an außerschulischen Lernorten (zum Beispiel Parlament, Rathaus, Gericht) Informationen gewinnen und verarbeiten.
	2.4.8	In elementarer Form sozialwissenschaftlich arbeiten (zum Beispiel eine Erkundung, Expertenbefragung, Meinungsumfrage oder ein Interview durchführen, auswerten und präsentieren).
	2.4.9	Fallstudien erstellen und die Ergebnisse präsentieren (Erkennen von Problemen, Informationsgewinnung, Problemlösung/Entscheidung und Ermitteln alternativer Lösungsvarianten, Lösungskritik).
PROJEKT-/ UNTERRICHTSABLAUF		
Zeitaufwand		6 Schulstunden
Materialart		Fallstudie (Case-Incident-Method)
Zusätzlich benötigtes Material		Stifte, Tische und Papier, Computer oder Mobilgerät mit Internetzugang
Einstieg		Der Einstieg erfolgt mit dem Aufgabenblatt „Einstieg“. Hier werden die SuS für das Vorhandensein von nicht-erkennbaren Produkteigenschaften sensibilisiert. Anhand des Beispielbildes der Kaffeebohnen werden die verschiedenen Produkteigenschaften hinsichtlich deren Erkennbarkeit mit den SuS erarbeitet. Plastischer wird der Einstieg, wenn tatsächliche Kaffeebohnen verwendet werden.
Erarbeitungsphase I		Die erste Phase (Konfrontation) findet im Plenum statt. Die SuS werden mit dem Fall konfrontiert und lesen den Text „Verlässliche Information oder nur bunte Bildchen?“. Anschließend können noch offene Fragen im Plenum geklärt werden.

Erarbeitungsphase II		In der zweiten Phase (Information) finden sich die SuS in Kleingruppen zusammen. Die Kleingruppen bilden den Ausschuss für Recht und Verbraucherschutz des Bundestags und befassen sich nun mit dem Fall. Dafür müssen sie sich mit relevanten Informationen auseinandersetzen. Dazu recherchieren die SuS selbstständig im Internet und erarbeiten sich anhand der Leitfragen auf dem Aufgabenblatt die wesentlichen Merkmale dieser Gütesiegel (Grundlage, Kontrolle, Inhaltskriterien). Anschließend vergleichen sie ihre Erkenntnisse (Steht weniger Zeit zur Verfügung sollte diese Recherche aufgeteilt werden). Danach tritt der Ausschuss zusammen, um Stellungnahmen mit Aussagen und Lösungsvorschläge zu analysieren.
Erarbeitungsphase III		In der dritten Phase (Exploration) werden die Handlungs- und Lösungswege verglichen und diskutiert. Dazu wird eine Pro-Contra-Liste oder eine andere Form der Darstellung zur besseren Übersicht erstellt.
Erarbeitungsphase IV		In der vierten Phase (Resolution) muss sich die Gruppe für einen Vorschlag entscheiden. Die verschiedenen Lösungsmöglichkeiten werden abschließend diskutiert und anschließend eine Entscheidung getroffen, die in einem konkreten Vorschlag verschriftlicht wird.
Erarbeitungsphase V		In der fünften Phase (Disputation) stellen die Kleingruppen ihren Vorschlag im Plenum der Klasse vor und verteidigen diesen. Dazu werden Argumente für den Lösungsvorschlag gesammelt und sich auf mögliche Gegenargumente vorbereitet. Abschließend werden die verschriftlichten Lösungen aller Gruppen auf einem Plakat festgehalten und somit dokumentiert.
Erarbeitungsphase VI		In der letzten Phase (Kollation) wird kein Vergleich mit der tatsächlichen realen Entscheidung getroffen, da aktuell (Stand Mai 2018) keine allgemeine gesetzliche Regelung zur Vergabe von Gütezeichen vorliegt. Die Schüler reflektieren und sammeln stattdessen vergleichbare mögliche Anwendungsfelder und können gegebenenfalls ihre Lösungsvorschläge auf weitere verbraucherpolitische Fragestellungen übertragen.

Ergebnissicherung		Erfolgt mit Hilfe der Aufgabenblätter und einem gemeinsamen Plakat mit den verschiedenen Lösungsvorschlägen.
Vorkenntnisse		<ul style="list-style-type: none"> • Vorkenntnisse über das politische System in Deutschland wären wünschenswert. • Gruppenarbeit, selbstständige Recherche und Präsentation
Fächerübergreifende Aspekte		Verknüpfungen bestehen zu „Verbraucher“ im Fach WBS und zur weiteren Fallstudie im Fach GK „Fairer Stein“.
Kommentar		<p>Das Niveau kann zum einen durch das Weglassen von Hilfsmitteln wie Leitfragen und Links erhöht oder durch die Arbeit mit den bereitgestellten Siegeltexten verringert werden. Die angegebenen Links und QR-Codes dienen als Leitlinie für die Informationssuche, müssen aber nicht ausschließlich verwendet.</p> <p>Die SuS bilden in dieser Fallstudie den Bundestagsausschuss, der die gesetzliche Lösung erarbeiten soll. Die Bearbeitung mündet in eine Lösung, mit der Verbrauchern ermöglicht wird, eine selbstbestimmte Kaufentscheidung zu treffen, indem Verlässlichkeit bei Gütesiegel geschaffen wird.</p> <p>Da die vorliegende Fallstudie auf einer realen, bisher ungelösten, politischen Lösungsfindung eines Informationsproblems basiert, gibt es keine Lösung, mit der die Schülerlösungen verglichen werden könnten.</p>

IMPRESSUM

Das Unterrichtsmaterial wurde Ihnen von der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg zur Verfügung gestellt.

Mehr Informationen zur Finanzierung unserer Unterrichtsmaterialien:
www.vz-bw.de/transparenzerklaerung

Hat Ihnen das Material gefallen?
Wurden Ihre Erwartungen erfüllt?
Wir freuen uns über Ihr Feedback.

KONTAKT

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.
Team Verbraucherbildung
Paulinenstraße 47
70178 Stuttgart

bildung@vz-bw.de
www.vz-bw.de/verbraucherbildung-bw

Gefördert durch das Ministerium für Ländlichen Raum
und Verbraucherschutz Baden-Württemberg

Gefördert
durch



Baden-Württemberg
MINISTERIUM FÜR LÄNDLICHEN RAUM
UND VERBRAUCHERSCHUTZ

verbraucherzentrale

Baden-Württemberg

