

Tagungsnummer

V143

Thema

Kommission VIII: Boden in Bildung und Gesellschaft

Freie Themen

Autoren

M. Vogel¹, B. Marschner¹, R. Antes²

¹Ruhr-Universität Bochum, Bochum; ²Duale Hochschule Gera-Eisenach, Gera

Titel

Produktkennzeichnungen als Kommunikations- und Informationsmedium für Bodenschutz – eine Analyse von Zertifizierungssystemen auf dem deutschen Markt

Abstract

Die Vermittlung von Informationen über die Notwendigkeit, unsere Böden und deren Funktionen zu schützen, stellt eine zentrale Voraussetzung für die Erhöhung des Bodenbewusstseins in der Bevölkerung dar. Als Kommunikations- und Informationsmedium verfügen Produktkennzeichnungen über ein vielversprechendes Potential, bodenschutzrelevante Informationen in Verbindung mit produktspezifischen Eigenschaften an die Verbraucher zu vermitteln. Derzeit existiert eine Vielzahl an Kennzeichnungen auf dem deutschen Markt, die Konsumenten über nicht sichtbare Produkteigenschaften informieren. Sie werden in Form von Logos, Symbolen und Texten direkt am Produkt oder auf der Verpackung angebracht und dienen u. a. der Kennzeichnung von Produkten, die klimafreundlich und ressourcensparend sind, zum Erhalt von Ökosystemen, Tier- und Pflanzenarten beitragen sowie den Schutz von Gewässern, Atmosphäre und Böden fördern. Verbraucher erhalten hierdurch Informationen zur Identifikation von umweltfreundlichen Produkten, die sowohl zum Umweltschutz als auch zur Reduktion negativer Umweltauswirkungen beitragen. Im Zuge einer umfassenden Analyse wurde der Fragestellung nachgegangen, in welchem Umfang bestehende Produktkennzeichnungen auf dem deutschen Markt den Schutz von Böden berücksichtigen und den Verbraucher hierüber informieren. Zu diesem Zweck wurden die Vergabekriterien, die Kommunikationswege und die dem Verbraucher zur Verfügung gestellten Informationen von über 550 Produktkennzeichnungen untersucht. Eine Analyse der mithilfe dieser Zertifizierungssysteme vermittelten bodenschutzbezogenen Informationen ist im Hinblick auf ihre inhaltliche Aufbereitung sowie grafische und textliche Gestaltung ebenfalls Gegenstand der durchgeführten Untersuchung gewesen. Als Ergebnis wurden rund 100 Produktkennzeichnungen identifiziert, die in ihren Vergabekriterien unterschiedliche Aspekte des Bodenschutzes berücksichtigen, wohingegen nur wenige diese Informationen auch an die Konsumenten weitergeben. Unter ihnen befinden sich hauptsächlich Kennzeichnungen für Produkte, die einen direkten Bezug zur Thematik aufweisen und zu Produktgruppen aus der Forst- und Landwirtschaft sowie dem Gartenbau und dem Baugewerbe gehören. Zudem wurde festgestellt, dass in Abhängigkeit von der betrachteten Produktgruppe die Aufbereitung der an die Verbraucher übermittelten bodenschutzbezogenen Informationen sowie deren textliche und grafische Gestaltung in erheblichem Maße voneinander variieren.