



Validierungsverfahren für Produkte (food)

Allgemeines

Der Fragebogen/Kriterienkatalog wurde in Zusammenarbeit mit SERI (Sustainable Europe Research Institute) und ALLPLAN (beide mit Sitz in Wien), einem internationalen Beratungsunternehmen aus den Bereichen Energie- und Umweltmanagement, sowie den österreichischen Jurymitgliedern entwickelt.

Das **GREEN BRAND Gütesiegel** stellt sicher, dass die ausgezeichneten Marken wirklich umweltfreundlich und nachhaltig sind und trägt somit zum Schutz von Umwelt, Natur und Klima sowie zur Erhaltung unserer wertvollen natürlichen Ressourcen bei. Das **GREEN BRAND Gütesiegel** und der gesamte Bewertungsprozess sind seit dem 27. November 2019 eine **eingetragene EU-Gewährleistungsmarke** der **GREEN BRANDS Organisation GmbH** und damit sind die Urheberrechte gesetzlich geschützt!

Die **GREEN BRANDS Organisation GmbH** ist streng neutral und unabhängig. Sie steht nicht im Wettbewerb mit den Lieferanten von Waren oder Dienstleistungen. Die Entscheidung, ob die Prüfkriterien erfüllt werden, kann nicht durch separate Geldzuweisungen beeinflusst werden.

Die **GREEN BRANDS Organisation GmbH** besitzt die weltweiten Urheberrechte für das gesamte Bewertungsverfahren inklusive Kriterienkatalog/Fragebogen! Missbrauch oder unbefugte Nutzung werden strafrechtlich verfolgt!

Vertraulichkeit

Alle Angaben des Fragebogens werden absolut vertraulich behandelt. Die Erkenntnisse und Daten werden nur vom Sachbearbeiter des Validierungsverfahrens sowie einem kleinen Kreis des **GREEN BRANDS** Managements und den Jury-Mitgliedern eingesehen.
– Alle diese Personen unterliegen der absoluten Schweigepflicht.

Verpflichtung des Unternehmens

Das Unternehmen verpflichtet sich zu absolut wahrheitsgemäßen Angaben und ist bereit, auch eine stichprobenweise Überprüfung der Angaben – vor Ort - zu gestatten. Eventuelle Nachfragen zu Angaben sowie der Nachweis von Dokumenten (Zertifizierungen, Messergebnisse etc.) werden vom Unternehmen akzeptiert. Beweisbare, vorsätzliche Falschangaben führen zum sofortigen Ausschluss am Verfahren und im Falle einer Auszeichnung auch nachträglich zur Aberkennung!

Auswertung

Das Unternehmen erhält in jedem Fall eine transparente Auswertung der Validierung mit Offenlegung der erreichten Punkte/Prozente.
Das Ergebnis darf jedoch weder vom Unternehmen noch von **GREEN BRANDS** öffentlich kommuniziert werden! – Es soll damit ein etwaiger Wettbewerb der Rangfolge vermieden werden, was zu Verunsicherungen in der Bevölkerung führen könnte.
Mit Erreichen und Übertreffen der **Benchmark von 51 %** des **GREEN BRANDS Index** besteht die Chance zur Auszeichnung bzw. Verleihung des Gütesiegels!
Endgültig Entscheidung darüber hat jedoch die unabhängige Jury!



GREEN BRANDS Organisation GmbH

Wacholderbergstr. 29 * 90587 Veitsbronn (bei Nürnberg) * **Germany**

Geschäftsführer / Managing Directors: Norbert Lux, Manlio Celotti

Handelsregister/Trade Register: AG Fürth HRB 15512 * USt-IdNr.: DE305182339

Website: www.Green-Brands.org

Austria

Knollgasse 1a

1170 Wien

Tel.: +43 (0)1-486 30 05

E-Mail: office@Green-Brands.org

Website: www.Green-Brands.org

Czech Republic and Slovakia

Kontakt: Agneša Gašperanová

Karmelitská 18

118 00 Praha

Tel.: +420 228 883 583

E-Mail: czech@Green-Brands.org

Website: www.Green-Brands.cz

Hungary

Kontakt: Agneša Gašperanová

Keleti Károly utca 13/B

1024 Budapest

Tel.: +36 1 781 9483

E-Mail: hungary@Green-Brands.org

Website: www.Green-Brands.hu

Germany

Wacholderbergstr. 29

90587 Veitsbronn (bei Nürnberg)

Tel.: +49 (0)911 – 97 99 5 99

E-Mail: office@Green-Brands.org

Website: www.Green-Brands.org

Switzerland

Kontakt: Peter Jossi

Murbacherstrasse 34

4056 Basel

Tel.: +41(0)61-322 03 675

E-Mail: Peter.Jossi@Green-Brands.org

Website: www.Green-Brands.org

Bei allen Bezeichnungen, die auf Personen bezogen sind, meint die gewählte Formulierung beide Geschlechter, auch wenn aus Gründen der leichteren Lesbarkeit die männliche Form steht.



Daten zum Unternehmen

Name des Unternehmens	<input type="text"/>
Adresse (Straße/PLZ)	<input type="text"/>
Branche	<input type="text"/>
Name des Produktes	<input type="text"/>
Beschreibung des gewählten Produktes	<input type="text"/>
Kontaktperson/Funktion	<input type="text"/>
E-Mail	<input type="text"/>
Telefon	<input type="text"/>

Das Angeben einer Kontaktperson dient zur Klärung missverständlicher bzw. fehlender Daten, die für die Auswertung des Fragebogens notwendig sind. Aus diesem Grund soll diese Person für die Analysegruppe leicht erreichbar sein.



Stellen sie dar, wie sich ihre Angaben ausschliesslich auf das zu zertifizierende Produkt beziehen und inwiefern sich die Produktionsprozesse von anderen Produkten im Unternehmen unterscheiden. Hierbei müssen die betrachteten Systemgrenzen für Außenstehende deutlich sichtbar und nachvollziehbar sein!

Gibt es nennenswerte Unternehmensverflechtungen oder Mehrheitseigentümer? Stellen sie Abgrenzungen zu etwaigen Mutterfirmen dar!

Warum soll **Ihr Produkt** die Auszeichnung bzw. das Gütesiegel **GREEN BRANDS** für besonders ökologische Maßnahmen erhalten? (max. 1000 Zeichen)



Bitte stellen Sie sicher, dass Ihr Unternehmen und Ihr Produkt die auf unserer Website kommunizierten Ausschlusskriterien erfüllt. Bitte erläutern Sie Ihre Einhaltung der Ausschlusskriterien und bestätigen diese Einhaltung. (max. 1000 Zeichen)

Bitte weisen Sie auf etwaige Gesetzesverstöße und gerichtsanhängige Klagen hin!



Einleitung

Dieser Fragebogen ist so aufgebaut, dass er die Umweltauswirkungen entlang des gesamten Produktions- und Produktlebenszyklus erfragt. **GREEN BRANDS** fordert eine konsequente Umweltperformance einerseits in allen Lebenszyklusabschnitten, anlehnend an die ISO Normen 14040/44 (siehe Abbildung), und andererseits in zusätzlich definierten Bereichen, die für eine ganzheitliche Betrachtung relevant sind.



Zusammengefasst ergeben sich somit folgende Kategorien mit der prozentualen Gewichtung:

- Allgemeines	12 %
- Ökodesign	8 %
- Rohstoffgewinnung und Transport der Rohstoffe	15 %
- Produktion	25 %
- Verpackung	15 %
- Distribution	5 %
- Verwertung & Entsorgung	12 %
- Produktbezogene Zertifizierungen	8 %

Insgesamt können Sie bei dem Fragebogen 100 Punkte erreichen. Die Jury bewertet schlussendlich, ob die Begründung Ihrer Selbsteinschätzung gerecht wird. Das Gremium behält sich vor, unter Berücksichtigung aller Eventualitäten eine individuelle produktspezifische Entscheidung pro Validierungsfall zu treffen.

Gerne können Sie Dokumente zur Veranschaulichung beilegen.



Allgemeines

1. Beschreiben Sie den Lebenszyklus des Produktes (Herstellung, Verpackung & Transport).

2. Beschreiben Sie die Herkunft Ihrer Rohstoffe; wird beim Bezug von Tieren auf eine artgerechte Haltung geachtet? (Lebensbedingungen, Futtermittel, etc.)

Ökodesign

3. Wurden Maßnahmen in der Entwicklung des Produktes getätigt, um die Umweltauswirkungen entlang des Produktlebenszyklus (Produktion, Verwertung, Konsum, etc.) zu verbessern?

Ja

Welche?

nein

Rohstoffgewinnung & Transport der Rohstoffe



Bitte beachten Sie die Auskunftspflicht gegenüber GREEN BRANDS bezüglich toxischer Inhaltsstoffe in Ihren Produkten!

4. Sind die Rohstoffe, welche Sie für Ihr Produkt einsetzen, zum überwiegenden Teil (> 75% der eingesetzten Rohstoffe) regional (auch grenzüberschreitend) verfügbar?

- Ja
 nein

5. Importieren Sie benötigte Rohstoffe, welche auch regional (auch grenzüberschreitend) verfügbar wären?

- Ja

, woher..?

- nein

6. Mit welchen Transportmitteln werden die Rohstoffe zum Produktionsstandort transportiert?

Sollten mehrere Transportmittel im Einsatz sein, bitten wir Sie diese mit Prozentangaben der Wegstrecke zu vermerken. Z. B.: 20% Schiff, 80% LKW

7. Handelt es sich bei den eingesetzten Rohstoffen zum überwiegenden Teil (> 75% der eingesetzten Rohstoffe) um Ressourcen aus biologischen Quellen?

- Ja
 nein

8. Beinhaltet Ihr Produkt chemische Zusätze?



- Ja
- nein

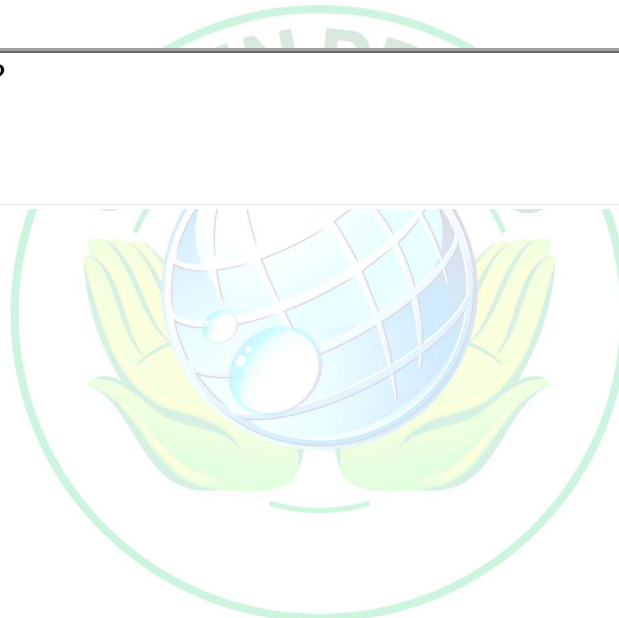
9. Beinhaltet Ihr Produkt gentechnisch veränderte Zusätze?

10. Verwenden Sie Rohstoffe, welche über Lebensmittelgütesiegel und/oder Soziallabels verfügen?

- Ja

, Welche..?

- nein





Herstellung

11. Wird der größte Teil der Fertigung des Produktes (> als 75% der Produktionsschritte) in der Region (auch grenzüberschreitend) vorgenommen?

- Ja
 Nein

, wo sonst..?

12. Wo werden die weiteren Prozessschritte der Verarbeitung vorgenommen?

**13. Welche Energieträger setzen Sie für die Herstellung Ihres Produktes ein?
Bitte unterscheiden Sie Strom- und Wärmeenergieträger.**

14. Wieviel Prozent der eingesetzten Energie stammt aus erneuerbaren Energiequellen?

- 0-25 %
 26-50
 51-75 %
 76-100 %



15. Werden in der Produktion Maßnahmen – welche über den gesetzlich verpflichteten Standard hinaus gehen – unternommen, um mit Wasser und Abwasser möglichst effizient und umweltschonend umzugehen?

- Ja
- nein
- nicht relevant

, weil..

a. Welche Maßnahmen werden dazu getätigt?

Bitte auch um Angabe der prozentuellen Einsparung durch die Einführung der Maßnahme sowie ob die Einsparung gemessen (wenn ja, wie) oder abgeschätzt wurde.

16. Werden in der Produktion Maßnahmen – welche über den gesetzlich verpflichteten Standard hinaus gehen – unternommen, um Ihren Energieverbrauch (Strom- und Wärmeenergie) möglichst effizient zu gestalten?

- Ja
- nein
- nicht

, weil..

a. Welche Maßnahmen werden dazu getätigt?



Bitte auch um Angabe der prozentuellen Einsparung durch die Einführung der Maßnahme sowie ob die Einsparung gemessen (wenn ja, wie) oder abgeschätzt wurde.

Bitte unterscheiden sie bei Ihrer Angabe deutlich zwischen Maßnahmen zur Strom- oder Wärmeenergieeinsparung.

17. Werden in der Produktion Maßnahmen – welche über den gesetzlich verpflichteten Standard hinaus gehen – unternommen, um mit sonstigen Ressourcen (Pflanzenschutzmittel, Hilfsstoffe, Zuschlagsstoffe etc.) möglichst effizient und umweltschonend umzugehen?

Ja

- welche Ressourcen..?

nein

nicht relevant

, weil..

a. Welche Maßnahmen werden dazu getätigt?

Bitte auch um Angabe der prozentuellen Einsparung durch die Einführung der Maßnahme sowie ob die Einsparung gemessen (wenn ja, wie) oder abgeschätzt wurde.

Falls sie unterschiedliche Materialien einsparen, bitte unterscheiden sie diese bei Ihrer Angabe deutlich.



18. Werden in der Produktion Maßnahmen – welche über den gesetzlich verpflichteten Standard hinaus gehen – unternommen, um Abfall (Menge des Abfalls, Art der Abfälle) zu vermeiden oder zu reduzieren?

- Ja
- nein
- nicht relevant

, weil..

a. Welche Maßnahmen werden dazu getätigt?

Bitte auch um Angabe der prozentuellen Einsparung durch die Einführung der Maßnahme sowie ob die Einsparung gemessen (wenn ja, wie) oder abgeschätzt wurde.

19. Werden in der Produktion Maßnahmen – welche über den gesetzlich verpflichteten Standard hinaus gehen – unternommen, um Luft-Emissionen (Schadstoffe und Treibhausgase z. B.: CO₂, NO_x, etc.) zu vermeiden oder zu reduzieren?

- Ja
- nein
- nicht

, weil..



a. Welche Maßnahmen werden dazu getätigt?

Bitte auch um Angabe der prozentuellen Einsparung durch die Einführung der Maßnahme sowie ob die Einsparung gemessen (wenn ja, wie) oder abgeschätzt wurde.

20. Werden in der Produktion Maßnahmen – welche über den gesetzlich verpflichteten Standard hinaus gehen – unternommen, um gefährliche Stoffe (laut AWG) zu vermeiden oder zu reduzieren?

- Ja
- nein
- nicht

, weil..

a. Welche Maßnahmen werden dazu getätigt?

Bitte auch um Angabe der prozentuellen Einsparung durch die Einführung der Maßnahme sowie ob die Einsparung gemessen (wenn ja, wie) oder abgeschätzt wurde.



Verpackungen

21. Wurden bereits Maßnahmen unternommen, um die Umwelteinflüsse durch die Verpackung zu reduzieren (Gewichtsreduktion, Materialtausch, etc.)?

- Ja
- nein
- nicht

, weil..

a. Welche Maßnahmen wurden dazu getätigt?

22. Beziehen Sie den überwiegenden Teil der Verpackungsmaterialien (> 90% des Gesamtgewichtes der Verpackung) regional (auch grenzüberschreitend)?

- Ja

woher..?

- nein
- nicht

, weil..



23. Wie viel Prozent des Gesamtgewichtes Ihres Produktes (inkl. Sämtlichen Verpackungsmaterialien) fällt auf die Verpackung?

- 0-5 %
- 6-10 %
- 11-15
- > 16 %

24. Informieren Sie den Verbraucher über den richtigen Umgang mit Abfall (Mülltrennung & Recycling)?

Distribution

25. Wie viel Prozent der jährlichen Produktionsmengen werden überregional vertrieben?

- 0-25 %
- 26-50 %
- 51-75 %
- 76-100 %

a. Wohin werden diese Produkte vertrieben?

- national, aber überregional %
- Europa %
- Andere Länder %



26. Welche Transportmittel werden zur Distribution hauptsächlich (> 50% der jährlichen Produktionsmenge) eingesetzt?

27. Werden Maßnahmen unternommen, um die Logistik im Sinne der Umwelt effizienter zu gestalten?

- Ja
- nein
- nicht

, weil..

a. Welche Maßnahmen werden dazu getätigt und welche Umwelteinflüsse konnten reduziert werden?



Verwertung und Entsorgung

28. Besteht die Verpackung aus recycelbaren Materialien?

Ja zu wie viel..?

nein

nicht

, weil..

29. Ist die Verpackung leicht in einzelne Bestandteile zerlegbar, um die fachgerechte Verwertung der Materialien zu ermöglichen?

Ja

nein

nicht

, weil..

Produktbezogene Zertifizierungen

30. Gibt es bestehende Zertifizierungen bzw. Umwelt- oder Sozial-Labels für Ihr Produkt?

Beispiele von Umwelt- oder Sozial-Labels:



Ja

welche ?

nein

nicht relevant

, weil..?



Definitionen

AWG:

Abfallwirtschaftsgesetz unter

<http://www.lebensministerium.at/article/articleview/30826/1/6968>

Ökodesign

Ökodesign baut auf einer gesamthaften Betrachtung des Produktlebens auf. D. h. bei der Rohstoffgewinnung, der Herstellung, dem Vertrieb, der Verwendung und schließlich der Entsorgung eines Produktes stets die zu erwartenden Auswirkungen auf die Umwelt mit ins Kalkül zu ziehen und deutlich zu verringern.

