



Validierungsverfahren für Produkte (non-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.
– All 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

NODE5, Radlická 180/50,

150 00 Praha 5 – Smíchov

Tel.: +420 228 883 583

E-Mail: czech@Green-Brands.org

Website: www.Green-Brands.cz

Hungary

Keleti Károly utca 13/B

1024 Budapest

Tel.: +36 20 996 7272

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: Tobias Meier

C/o ecos AG

Elisabethenstrasse 22

CH-4051 Basel

+41 61 205 10 51

E-Mail: Switzerland@Green-Brands.org

Website: www.GREEN-BRANDS.ch

Slovakia

Kontakt: Agneša Gašperanová

Vajnorská 8/A

83104 Bratislava

Tel.: +421 2330 46950

E-Mail: Slovakia@Green-Brands.org

Website: www.GREEN-BRANDS.sk

Italy

Kontakt: Martin Neureiter

C/o CSR Company Italia

Riva Tommaso Gulli 12

I-34123 Trieste

Tel.: +36 1 781 9483 // +43 664 846 5718

E-Mail: Italy@Green-Brands.org

Website: www.GREEN-BRANDS.it

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

Daten zum Unternehmen

Name des Unternehmens

Adresse (Straße/PLZ)

Branche

Name des Produktes

Beschreibung des gewählten Produktes

Kontaktperson/Funktion

E-Mail

Telefon

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!

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.

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:

- Ökodesign	8 %
- Rohstoffgewinnung und Transport der Rohstoffe	15 %
- Produktion	25 %
- Verpackung	15 %
- Distribution	5 %
- Nutzungsphase	12 %
- 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.

Ökodesign

1. Wurden Maßnahmen in der Entwicklung des Produkts getätigt, um die Umweltauswirkungen der Produktion zu verbessern?

Ja

, welche..?

nein

2. Wurden Maßnahmen in der Entwicklung des Produkts getätigt, um die Umweltauswirkungen der Nutzungsphase zu verbessern?

Ja

nein

3. Wurden Maßnahmen in der Entwicklung des Produkts getätigt, um die Umweltauswirkungen der Verwertung zu verbessern?

Ja

nein

Rohstoffgewinnung & Transport der Rohstoffe

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

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 nachwachsende Ressourcen?

Ja

nein

8. Handelt es sich bei den eingesetzten Rohstoffen zum überwiegenden Teil (> 75 % der Rohstoffe) um recycelbare Ressourcen?

Ja

nein

9. Verwenden Sie Rohstoffe, welche Umwelt- und/oder Sozial-Labels haben?

Ja,

nein

10. Enthält das Produkt für Mensch und Umwelt gefährliche Stoffe? Bitte beachten Sie die Auskunftspflicht gegenüber Green Brands bezüglich toxischer Inhaltsstoffe in Ihren Produkten!

Ja,

nein

Produktion

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

Ja

Nein

12. Wo werden die weiteren Prozessschritte der Fertigung 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 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.

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 (Materialien, Hilfsstoffe, Zuschlagsstoffe etc.) 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.

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 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.

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 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.

Verpackungen

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

- Ja
- nein
- nicht relevant, weil

a. Welche Maßnahmen wurden dazu getätigt?

22. Beziehen Sie den überwiegenden Teil der Verpackungsmaterialien (> 90 % des Gesamtgewichts der Verpackung) regional (auch grenz-überschreitend)?

Ja

nein

nicht möglich, weil

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

0-5 %

6-10 %

11-15 %

> 16 %

Distribution

24. Wie viel Prozent der jährlichen Produktionsmengen werden über-regional vertrieben?

0-25 %

26-50 %

51-75 %

76-100 %

a. Wohin werden diese Produkte vertrieben?

national, aber überregional

Europa

Andere Länder

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

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

Ja

nein

nicht relevant, weil

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

Nutzungsphase

27. Informieren Sie den Konsumenten über eine umweltfreundliche Verwendung des Produkts am Produkt direkt? (z.B.: Aufschrift auf Papier: "Doppelseitiges Drucken spart Papier!")

ja

nein

nicht relevant, weil

28. Gibt es Bedienungsanleitungen zur nachhaltigen Nutzung (z.B.: energie- und ressourceneffiziente Nutzung sowie pfleglicher Umgang für langfristige Nutzung) Ihrer Produktsortimente?

Ja

nein

nicht relevant, weil

29. Wurden Maßnahmen in der Entwicklung des Produktes getätigt, um die Lebensdauer und Reparaturfähigkeit Ihres Produktes zu erhöhen?

Ja

nein

nicht relevant, weil

30. Werden Reparatur- und Wartungsdienstleistungen hausintern angeboten?

Ja

Nein

nicht relevant, weil

31. Gibt es eine Garantieleistung welche über das gesetzliche Maß hinaus geht?

Ja

Nein

nicht relevant, weil

32. Werden Ihre Produkte auch vermietet anstatt verkauft?

Ja

Nein

nicht relevant, weil

Verwertung und Entsorgung

33. Ist das Produkt aus recycelbaren Materialien?

Ja

, welche.?

nein

nicht relevant, weil

34. Ist das Produkt leicht in einzelne Bestandteile zerlegbar, um die fachgerechte Verwertung der Materialien zu ermöglichen?

Ja

nein

nicht relevant, weil

35. Fallen bei der Entsorgung gefährliche Stoffe an?

Ja

, welche..?

nein

nicht relevant, weil

Produktbezogene Zertifizierungen

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

Beispiele von Umwelt- oder Sozial-Labels:



Ja

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.

