

# Orientierungskompass für die Beurteilung von Produkten am Criterion-Festival 2019

---

Am Criterion-Festival sollen Produkte vorgestellt werden, die beispielhaft gewisse positive Nachhaltigkeits-Aspekte zeigen. Doch wie soll beurteilt werden, wie «nachhaltig» oder «zukunftsfähig» Produkte sind? Der hier vorgestellte Orientierungskompass soll ein Hilfsmittel sein, um beurteilen zu können, ob im Zusammenhang mit einem Produkt einzelne oder mehrere Aspekte besonders herausragend sind.

Bei der Anwendung des Orientierungskompasses gilt, je mehr Informationen als Beurteilungsgrundlagen vorliegen, um so klarer wird das Bild des Produktes. Es soll darum gehen, einen guten Eindruck der Nachhaltigkeitsleistung zu erhalten und nicht ein vollständiges Bild.

Um zu beurteilen, ob ein Produkt bei der Nachhaltigkeit gut oder schlecht abschneidet, kommt es auf verschiedene Kriterien an, wie z.B. den Produkttyp und die Anwendung. Pauschale Gut-Böse-Urteile sind fast nicht möglich und nicht glaubwürdig. Weiter soll die Beurteilung auf Grund von einfach zugänglichen Herstellerinformationen möglich sein.

Zudem ist eine Beurteilung immer davon abhängig, welche Werte der beurteilenden Person wichtig sind. Wir stützen uns beim Orientierungskompass jedoch nicht auf persönliche Meinungen oder Urteile, sondern auf ein wissenschaftlich abgestütztes Rahmenwerk. Von diesem Rahmenwerk abgeleitet bieten wir ein hier auf den Kontext des Criterion-Festivals angepasstes Kriterienset. Das Kriterienset wurde zusammengestellt auf der Basis des «Framework for Strategic Sustainable Development» von The Natural Step (<https://thenaturalstep.org>), sowie dem Kriterienset des «Future fit Business Benchmark» (<http://futurefit-business.org>).

## Ökologische Kriterien:

---

### Energie:

- Für die Produktion wird Energie aus erneuerbaren Quellen verwendet und auf energieeffiziente Herstellungsprozesse geachtet
- Bei der Produktverwendung wird Energie effizient eingesetzt

### Material (= Rohmaterialien Produktionshilfsstoffe, Nebenprodukte):

- Natürliche Ressourcen werden nicht übernutzt, sondern so genutzt, dass das Wohlergehen von Ökosystemen, Menschen und Tieren berücksichtigt wird
- Es werden keine toxischen Produktionsmittel verwendet und Menschen und Umwelt werden nicht gefährdet
- Abfälle werden vermieden oder weiterverwendet
- Die verwendeten Materialien können nach dem Lebensende des Produktes gut stofflich recycelt werden

### **Regionalität**

- Produktionsmitteln werden regional beschafft (= so wird die Regionalwirtschaft und die Zivilgesellschaft gestärkt, die Qualität der beschafften Güter kann einfacher sichergestellt werden, kurze Transportstrecken benötigen weniger Energie und verursachen weniger CO<sub>2</sub>)

### **Langlebigkeit:**

- Produkte sind aus dauerhaften Materialien, die gut altern
- Produkte können gut repariert, aufgefrischt oder sich wandelnden Bedürfnissen angepasst werden
- Produkte sind stilistisch robust und folgen keinem kurzfristigen Trend

### **Soziale Kriterien:**

---

#### **Gesundheit**

- Beim Gebrauch des Produktes werden keine giftigen Stoffe freigesetzt und die Gesundheit von Menschen, Tieren und Pflanzen ist nicht gefährdet

#### **Einfluss**

- Die produzierende Firma ist in Familienbesitz, oder ist genossenschaftlich organisiert (= nicht-börsenkotierte Firmen verfolgen oft eine langfristig angelegte Strategie, was sich positiv auf Nachhaltigkeitsthemen auswirkt, da sich die Wirkungen von Nachhaltigkeitsmassnahmen meist erst im Laufe der Zeit entfalten. Zudem werden Entscheide öfter vorsichtig getroffen, da eine hohe Identifikation mit dem Unternehmen vorhanden ist und weniger Kurzfristziele (Aktionärerwartungen) angestrebt werden.)
- Die produzierende Firma legt Wert auf den Einbezug der Mitarbeitenden

#### **Kompetenz**

- Die produzierende Firma legt Wert darauf, dass die Mitarbeitenden gut ausgebildet sind
- Die Herstellung des Produktes setzt ein spezielles Wissen voraus, bei dem die persönlichen Fähigkeiten der Mitarbeitenden genutzt werden

#### **Unvoreingenommenheit**

- Die Firma zahlt faire Löhne, die ein würdiges Leben ermöglichen
- Es gilt der Ansatz «gleicher Lohn für gleiche Arbeit» und es werden keine Mitarbeitenden diskriminiert

#### **Sinn**

- Das Produkt sensibilisiert für Zusammenhänge zwischen Menschen und Umwelt im Sinne der Nachhaltigkeit, oder stiftet einen tieferen Sinn, der über den primären Produktnutzen hinaus geht (Das Produkt ermöglicht die Erfahrung eines grösseren Zusammenhangs und fördert die Empathie)
- Die Herstellung des Produktes ist für die beteiligten Menschen sinnstiftend

#### **«Positive Pursuit»**

- Was ein Unternehmen ausserdem noch tun kann: Ein Unternehmen kann eine erweiterte positive Wirkung erzielen, indem es durch seine Produkte, den Kunden ermöglicht, ihre eigenen negativen Auswirkungen zu reduzieren oder zu beseitigen, sowie das Wohlbefinden zu verbessern.

Dazu gibt es zwei Möglichkeiten, dass Produkte eine tatsächlich positive Wirkung haben: Erstens, Waren oder Dienstleistungen anzubieten, deren Nutzung die bisherigen negativen Umweltauswirkungen tatsächlich umkehrt (z.B. um Ökosysteme zu regenerieren, oder um den eigenen Ressourcenbedarf zu senken). Zweitens, sollen unterversorgte Gruppen in die Lage versetzt werden, ihre Grundbedürfnisse zu befriedigen, um so Hindernisse für soziale Integration und Wohlbefinden zu überwinden (z.B. durch die Bereitstellung sauberer Energie für tiefe soziale Schichten, oder den Zugang zu sauberem Wasser).<sup>1</sup>

### **Verankerung von Nachhaltigkeit:**

---

- Das Thema Nachhaltigkeit ist im Unternehmen verankert und wird beim Design berücksichtigt.
- Das Unternehmen kommuniziert die Nachhaltigkeitsleistungen aktiv und alle nötigen Infos sind für die Konsument\*innen gut zugänglich.

Die oben stehenden Inhalte sind nachfolgend als Tabelle formatiert. Die Tabelle kann als Produkte-Selbsteinschätzung von Aussteller\*innen, oder den Festival-Besucher\*innen benutzt werden:

---

<sup>1</sup> Weiter durch:

- Verbesserung der Gesundheit und Deckung unerfüllter Bedürfnisse durch vorteilhafte Produkte und Geschäftsmodelle sowie durch Massnahmen zur Steigerung des Wohlbefindens und zur Erschliessung wirtschaftlicher Chancen für andere.
- Wiederherstellung von Ökosystemen durch regenerative Aktivitäten im gesamten Wertschöpfungsnetz des Unternehmens und durch das Angebot von restaurativen Produkten.
- Erhöhung der Lebensdauer von Materialien und Produkten durch Geschäftsmodelle, die den Gebrauchs- und Nach-Gebrauchs-Wert maximieren, sowie durch die Verwendung von Ressourcen, die aus Abfallströmen gewonnen werden.
- Steigerung von Vertrauen und Widerstandsfähigkeit von sozialen Gemeinschaften, deren physischen Infrastruktur und deren Institutionen, um den Fortschritt der Gesellschaft in Richtung Zukunftsfähigkeit zu unterstützen.

# Orientierungskompass für die Beurteilung von Produkten am Criterion-Festival 2019

Produkt: .....

Hersteller: .....

## Bewertung der ökologischen und sozialen Kriterien:

|   |   | Erfüllung:          |                  |        |           |
|---|---|---------------------|------------------|--------|-----------|
|   |   | zu einem hohen Mass | durchschnittlich | gering | gar nicht |
| In dieser Tabelle wird die Nachhaltigkeitsleistung im Zusammenhang eines Produktes an Hand von 22 Kriterien, mittels Herstellerinformationen bewertet. Je mehr Informationen vorliegen, um so besser. Es geht darum, einen guten Eindruck der Nachhaltigkeitsleistung zu erhalten und nicht ein vollständiges Bild. |   |                     |                  |        |           |
| <b>Ökologische Kriterien:</b>   |   |                     |                  |        |           |
| <b>Energie:</b>   |   |                     |                  |        |           |
| 1   | Für die Produktion wird Energie aus erneuerbaren Quellen verwendet und auf energieeffiziente Herstellungsprozesse geachtet                    |                     |                  |        |           |
| 2   | Bei der Produktverwendung wird Energie effizient eingesetzt   |                     |                  |        |           |
| <b>Material (= Rohmaterialien Produktionshilfsstoffe, Nebenprodukte):</b>   |   |                     |                  |        |           |
| 3   | Natürliche Ressourcen werden nicht übernutzt  |                     |                  |        |           |
| 4   | Es werden keine toxischen Produktionsmittel verwendet und Menschen und Umwelt werden nicht gefährdet  |                     |                  |        |           |
| 5   | Abfälle werden vermieden oder weiterverwendet   |                     |                  |        |           |
| 6   | Die verwendeten Materialien können gut stofflich recycelt werden  |                     |                  |        |           |
| <b>Regionalität</b>   |   |                     |                  |        |           |
| 7   | Produktionsmittel werden regional beschafft   |                     |                  |        |           |
| <b>Langlebigkeit:</b>   |   |                     |                  |        |           |
| 8   | Produkte sind aus dauerhaften Materialien, die gut altern   |                     |                  |        |           |
| 9   | Produkte können gut repariert, aufgefrischt oder angepasst werden   |                     |                  |        |           |
| 10  | Produkte sind stilistisch robust und folgen keinem kurzfristigen Trend  |                     |                  |        |           |
| <b>Soziale Kriterien:</b>   |   |                     |                  |        |           |
| <b>Gesundheit</b>   |   |                     |                  |        |           |
| 11  | Beim Gebrauch des Produktes werden keine giftigen Stoffe freigesetzt und die Gesundheit von Menschen, Tieren und Pflanzen ist nicht gefährdet |                     |                  |        |           |
| <b>Einfluss und Mitsprache</b>  |   |                     |                  |        |           |
| 12  | Die produzierende Firma ist in Familienbesitz, oder genossenschaftlich organisiert  |                     |                  |        |           |
| 13  | Die produzierende Firma legt Wert auf den Einbezug der Mitarbeitenden   |                     |                  |        |           |
| <b>Kompetenz</b>  |   |                     |                  |        |           |
| 14  | Die produzierende Firma legt Wert auf gute Ausbildung der Mitarbeitenden  |                     |                  |        |           |
| 15  | Die Herstellung des Produktes setzt ein spezielles Wissen voraus, bei dem die persönlichen Fähigkeiten der Mitarbeitenden genutzt werden      |                     |                  |        |           |
| <b>Unvoreingenommenheit</b>   |   |                     |                  |        |           |

|  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|
| 16                                     | Die Firma zahlt faire Löhne, die ein würdiges Leben ermöglichen  |  |  |  |  |
| 17                                     | Es gilt der Ansatz «gleicher Lohn für gleiche Arbeit» und es werden keine Mitarbeitenden diskriminiert   |  |  |  |  |
| <b>Sinn</b>                            |  |  |  |  |  |
| 18                                     | Das Produkt sensibilisiert für Zusammenhänge zwischen Menschen und Umwelt im Sinne der Nachhaltigkeit, oder stiftet einen tieferen Sinn, der über den primären Produktnutzen hinaus geht |  |  |  |  |
| 19                                     | Die Herstellung des Produktes ist für die beteiligten Menschen sinnstiftend  |  |  |  |  |
| <b>«Positive pursuit»</b>              |  |  |  |  |  |
| 20                                     | Das Produkt ermöglicht den Kunden, ihre eigenen negativen Auswirkungen auf Menschen oder die Umwelt zu reduzieren oder zu beseitigen, sowie das Wohlbefinden zu verbessern               |  |  |  |  |
| <b>Verankerung von Nachhaltigkeit:</b> |  |  |  |  |  |
| 21                                     | Das Thema Nachhaltigkeit ist im Unternehmen verankert und wird beim Design berücksichtigt  |  |  |  |  |
| 22                                     | Das Unternehmen kommuniziert die Nachhaltigkeitsleistungen aktiv und alle nötigen Infos sind für die Konsument*innen gut zugänglich.   |  |  |  |  |