



EUROPÄISCHE
KOMMISSION

Brüssel, den 9.4.2013
COM(2013) 196 final

**MITTEILUNG DER KOMMISSION AN DAS EUROPÄISCHE PARLAMENT UND
DEN RAT**

Schaffung eines Binnenmarktes für grüne Produkte

**Erleichterung einer besseren Information über die Umweltleistung von Produkten und
Organisationen**

(Text von Bedeutung für den EWR)

{SWD(2013) 111 final}

{SWD(2013) 112 final}

MITTEILUNG DER KOMMISSION AN DAS EUROPÄISCHE PARLAMENT UND DEN RAT

Schaffung eines Binnenmarktes für grüne Produkte

Erleichterung einer besseren Information über die Umweltleistung von Produkten und Organisationen

(Text von Bedeutung für den EWR)

1. EINLEITUNG

Im Fahrplan für ein ressourcenschonendes Europa¹ ist als ehrgeiziges Etappenziel für 2020 vorgesehen: *„Spätestens 2020 werden Bürgerinnen und Bürgern sowie öffentlichen Behörden über angemessene Preissignale und klare Umweltinformationen die richtigen Anreize geboten, damit sie die ressourcenschonendsten Erzeugnisse und Dienstleistungen wählen können.“* Zudem wird im Fahrplan festgestellt, dass der Binnenmarkt wichtig ist, wenn sich ressourcenschonende Produkte auszahlen sollen. Die vorliegende Initiative „Schaffung eines Binnenmarktes für grüne Produkte“ ist ein wichtiger Schritt in diese Richtung.

Trotz der Fähigkeit der Hersteller, ressourceneffiziente Produkte bereitzustellen, und trotz steigender Verbrauchernachfrage haben sich diese Produkte am Markt bislang nur in begrenztem Maße durchgesetzt. Sowohl Hersteller als auch Verbraucher stoßen bei der Bereitstellung bzw. beim Kauf solcher Produkte auf Hindernisse, die häufig daher rühren, dass nicht deutlich ist, was ein „grünes“ Produkt und eine „grüne“ Organisation wirklich ausmacht. Die vorliegende Mitteilung der Kommission soll dazu beitragen, diese Unklarheit zu beseitigen, indem die Vorgehensweise für die Messung und Offenlegung der Umweltleistung von Produkten und Organisationen verbessert wird.

Die Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament und den Rat führt zwei Methoden für die Messung der Umweltleistung von Produkten und von Organisationen sowie eine Reihe von Grundsätzen für deren Offenlegung ein. Sie wird begleitet von einer Empfehlung der Kommission, die den Mitgliedstaaten und der Privatwirtschaft nahelegt, die jeweilige Methode anzuwenden und dadurch sicherzustellen, dass das ordnungsgemäße Funktionieren des Binnenmarktes verbessert wird.

Diese Initiative sieht eine Testphase vor, in der Interessenträger und Kommission die Wirksamkeit der vorgeschlagenen Methoden und die Praktikabilität ihrer binnenmarktweiten Anwendung bewerten. Die Ergebnisse dieser Testphase werden einer unabhängigen *Peer review* unterzogen, bei der auch alternative Methoden Berücksichtigung finden. Bei positivem Ausgang der Testphase wird die Kommission mit den Interessenträgern absprechen, wie die Vorteile dieser Initiative am besten gesichert werden können. Daneben werden auch Beratungen mit internationalen Partnern über die Entwicklung von Methoden stattfinden, um die

¹ KOM(2011) 571 endgültig.

Vereinbarkeit und Synergien mit anderen weithin angewendeten Methoden sicherzustellen.

Ziel dieser Maßnahmen ist es, mittelfristig eine stärkere Verbreitung grüner Produkte und umweltfreundlicherer Unternehmenspraktiken auf dem EU-Markt zu ermöglichen und zu erleichtern, indem zur Beseitigung potenzieller Hindernisse für den freien Verkehr von grünen Produkten im Binnenmarkt beigetragen wird.

2. KONTEXT DES VORSCHLAGS

2.1. Die Herausforderungen der Umwelt- und Ressourceneffizienz

Auf der UN-Konferenz über nachhaltige Entwicklung (Rio+20) im Jahr 2012 stellte die internationale Staatengemeinschaft fest, dass eine nachhaltige Entwicklung weltweit nur dann erreicht werden kann, wenn sich unsere Produktions- und Verbrauchsmuster grundlegend ändern². Nahezu zwei Drittel der Ökosysteme des Planeten wurden von der UN als im Rückgang begriffen eingestuft³, die Biodiversität geht in einem Ausmaß verloren, das auf das 100-Fache der natürlichen Aussterberate geschätzt wird, und die mit dem Klimawandel verbundenen Risiken und Trends sind gut belegt⁴. Die OECD hat warnend darauf hingewiesen, dass die fortgesetzte Schädigung und Erosion des „Naturkapitals“ zu irreversiblen Veränderungen führt, die die über zwei Jahrhunderte hinweg erfolgten Verbesserungen des Lebensstandards gefährden könnten⁵.

2.2. Die Umweltvorteile grüner Produkte und grüner Organisationen

„Grüne“ Produkte können definiert werden als Produkte, die im Vergleich zu anderen ähnlichen Produkten derselben Kategorie entlang ihres gesamten Lebenswegs, d. h. von der Rohstoffgewinnung über Herstellung, Vertrieb und Nutzung bis hin zum Ende der Lebensdauer (einschließlich Wiederverwendung, Recycling und Verwertung), Ressourcen effizienter nutzen und weniger Umweltschäden verursachen. „Grüne“ Produkte gibt es in jeder Produktkategorie, unabhängig davon, ob sie mit einem Umweltzeichen versehen sind oder als umweltfreundlich vermarktet werden. Ausschlaggebend für ihren „grünen“ Charakter ist ihre Umweltleistung.

Eine stärkere Verbreitung solcher Produkte am Markt hat Vorteile für die Gesellschaft (geringere Umweltschäden), erhöht die Verbraucherzufriedenheit und hat zudem potenzielle wirtschaftliche Vorteile für Hersteller und Verbraucher dank einer effizienteren Nutzung der natürlichen Ressourcen.

Darüber hinaus gehen von grünen Unternehmen zusätzliche Umweltvorteile aus. Diese Unternehmen verbessern ihre eigenen Prozesse, üben Einfluss auf ihre Zulieferer und andere Akteure auf vor- und nachgelagerten Stufen der Wertschöpfungskette aus und generieren Innovation. Ein Unternehmen, das ein „Lebenswegkonzept“ in seine Strategien und seine Beschlussfassung einbezieht, minimiert direkt und indirekt die Umweltwirkung seiner Tätigkeiten.

² A 10-Year Framework of Programmes on sustainable consumption and production patterns. A/CONF.216/5.

³ Bericht der vom UN-Generalsekretär eingesetzten hochrangigen Gruppe für globale Nachhaltigkeit „Resilient People, Resilient Planet: A future worth choosing“, 2012.

⁴ Siehe beispielsweise *Global Biodiversity Outlook 2* des Sekretariats des Übereinkommens über die biologische Vielfalt und http://unfccc.int/essential_background/items/6031.php.

⁵ *Environmental Outlook to 2050* (OECD 2012).

2.3. Die wirtschaftlichen Vorteile grüner Produkte und grüner Organisationen

Der weltweite Markt für „CO₂-arme“ und „ökologische“ Güter und Dienstleistungen (ein Teil des Gesamtmarkts für grüne Produkte) wird auf 4,2 Billionen EUR geschätzt mit einem EU-Anteil von 21 %⁶. Dieser Markt verzeichnet – selbst während der wirtschaftlichen Rezession – ein jährliches Wachstum von 4 %⁷, was dazu beiträgt, dass die „grüne Wirtschaft“ zu den Sektoren mit dem höchsten Beschäftigungswachstumspotential zählt⁸. Der Wettbewerb zwischen Unternehmen um die Gewinnung von Anteilen an diesem Markt nimmt zu. Grüne Produkte können dazu beitragen, die Kosten für die Hersteller bei der Produktion (weniger verbrauchte Ressourcen bedeuten niedrigere Produktionskosten) und für die Verbraucher während der Nutzung (Elektrohaushaltsgeräte der höchsten Klasse gemäß der Richtlinie über die Angabe des Energieverbrauchs⁹) zu senken. Grüne Produkte lassen sich in der Regel auch leichter recyceln oder wiederverwenden, was für die Gesellschaft als Ganzer den Vorteil einer besseren und weniger kostenaufwändigen Abfallbewirtschaftung hat.

In relativen Zahlen entfällt auf grüne Produkte aber weiterhin nur ein sehr geringer Anteil des EU-Markts für Verbrauchsgüter¹⁰. Offenbar gibt es im Binnenmarkt eine erhebliche Nachfrage nach solchen Produkten, wenn diese zu wettbewerbsfähigen Preisen angeboten werden, und somit ein unerschlossenes Potenzial¹¹. Dies hätte auch einen positiven Beschäftigungseffekt: Insgesamt könnte die Verbesserung der Ressourceneffizienz der EU-Volkswirtschaften bis 2020 zur Schaffung von bis zu 2,8 Millionen Arbeitsplätzen führen¹².

Grüne Unternehmen sind häufig Innovationsvorreiter. Dank niedrigerer Kosten, verbesserter Produktivität, Versorgungssicherheit und geringerer Exposition gegenüber Umweltrisiken verfügen europäische Unternehmen bei der Öko-Innovation über einen Wettbewerbsvorteil. Ohne weitere unterstützende Maßnahmen ist die Wettbewerbsfähigkeit in diesem Sektor gefährdet¹³.

⁶ Department for Business, Innovations and Skills (2012): *Low Carbon Environmental Goods and Services*.

⁷ Green Seal (2009): *Green Buying Research*.

⁸ Für 2012 wird von EU-weit 3,4 Millionen spezifisch in Ökobranchen beschäftigten Personen ausgegangen (gegenüber 2,7 Millionen im Jahr 2008). Dies zeigt, dass im grünen Sektor selbst beim gegenwärtigen Wirtschaftsklima ein Beschäftigungswachstumspotential vorhanden ist. Siehe „Jahreswachstumsbericht 2013“, COM(2012) 750 final, http://ec.europa.eu/europe2020/pdf/ags2013_de.pdf.

⁹ Richtlinie 2010/30/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Mai 2010 über die Angabe des Verbrauchs an Energie und anderen Ressourcen durch energieverbrauchsrelevante Produkte mittels einheitlicher Etiketten und Produktinformationen, ABl. L 153 vom 18.6.2010, S. 1–12.

¹⁰ Zahlreiche Studien haben gezeigt, dass der Marktanteil von Produkten mit einer besseren Umweltleistung relativ klein ist (bei einigen Produktkategorien in bestimmten Mitgliedstaaten nur bis zu 5 %). Für nähere Einzelheiten siehe Bericht über die Folgenabschätzung.

¹¹ Siehe Bericht über die Folgenabschätzung.

¹² Arbeitsunterlage der Kommissionsdienststellen „*Exploiting the employment potential of green growth*“ (SWD(2012) 92 final) zur Mitteilung „Einen arbeitsplatzintensiven Aufschwung gestalten“.

¹³ Dänemark, Schweden und Finnland liegen bei sauberen Technologien weltweit mit an der Spitze, was aber auch für wichtige Wettbewerber wie die USA gilt. China und Indien weisen bereits höhere Werte auf als die Niederlande, Österreich, Belgien, Frankreich und Spanien. Siehe *Global Cleantech Innovation Index 2012 report*, CleanTech Group und WWF.

3. DIE PROBLEME, DIE MIT DIESEM VORSCHLAG IN ANGRIFF GENOMMEN WERDEN SOLLEN

3.1. Fehlen einer gemeinsamen Definition für „grünes Produkt“ und „grüne Organisation“

Es gibt keine allgemein akzeptierte, wissenschaftlich fundierte Definition dessen, was ein grünes Produkt bzw. eine grüne Organisation eigentlich ist. Für die Messung und vergleichende Bewertung (Benchmarking) der Umweltleistung werden derzeit verschiedene Methoden angewendet¹⁴, die aber voneinander abweichen und bei Anwendung auf dasselbe Produkt oder dieselbe Organisation unterschiedliche Ergebnisse liefern. Aufgrund der vielen im Ermessen des Anwenders liegenden methodischen Entscheidungen sind sogar die mit ein und derselben Methode erzielten Ergebnisse häufig nicht vergleichbar. Eine solche Vergleichbarkeit ist aber wichtig, um einen auf der Umweltleistung basierenden Wettbewerb zu ermöglichen und damit Verbraucher und Unternehmen ihre Entscheidungen in Kenntnis der Sachlage treffen können.

Zu den größten Mängeln einiger methodischer Ansätze zur Messung der Umweltleistung zählt deren Unvollständigkeit. Es werden nicht alle direkten und indirekten Auswirkungen des betreffenden Produkts bzw. der betreffenden Organisation (d. h. nicht der gesamte Lebensweg) betrachtet. Viele Indikatoren konzentrieren sich auf die Nutzungsphase (z. B. Wasserverbrauch einer Waschmaschine), lassen die Herstellungs- und Entsorgungskosten oder das Wiederverwendungs- oder Recyclingpotenzial aber unberücksichtigt. Einige Bewertungen stützen sich auf einen Umweltindikator, so dass andere möglicherweise unberücksichtigt bleiben, was zu Verlagerungseffekten (*Burden shifting*) führen kann. Beispielsweise kann ein neues Niedrigenergieprodukt den Einsatz eines seltenen oder gefährlichen Werkstoffs erfordern. Unter dem Gesichtspunkt Energieeinsparung ist dies möglicherweise vorteilhaft, unter dem Gesichtspunkt der Ressourcenerschöpfung oder der Auswirkungen am Ende des Lebenswegs des Produkts kann es aber nachteilig sein. In jedem Fall sollte dieser Aspekt im Rahmen einer vollständigen Ökobilanz berücksichtigt werden, so dass Entscheidungen zur Verbesserung der Umweltleistung auf der Grundlage lückenloser Informationen getroffen werden können.

3.2. Unnötige Kosten für die Unternehmen

Zahlreiche Unternehmen (und deren Investoren) beziehen Umwelterwägungen in zunehmendem Maße in ihre Geschäftstätigkeit und ihre Marketingstrategien ein. Diese Unternehmen greifen immer stärker auf die Ökobilanz¹⁵ als ein Instrument

¹⁴ Die Methoden zur Messung der Umweltleistung von Produkten und Organisationen lassen sich in zwei große Kategorien einteilen: 1) Messung der Umweltleistung anhand direkter Auswirkungen (d. h. Auswirkungen, die direkt dem Produkt/der Organisation zugeordnet werden können wie z. B. bei der Produktion entstehende gefährliche Abfälle). Einige dieser Methoden decken eine einzige Umweltwirkung ab (z. B. Scope 1 des THG-Protokolls, der Treibhausgase abdeckt), während andere mehrere Umweltwirkungen erfassen (z. B. die EMAS-Kernindikatoren für die Umweltleistung). 2) Messung der Umweltleistung anhand direkter und indirekter Auswirkungen (d. h. einschließlich der Auswirkungen in anderen Phasen des Lebenswegs wie z. B. Rohstoffgewinnung, Logistik, Nutzung, Ende des Lebenswegs - Ökobilanz). Einige dieser Methoden decken eine einzige Umweltwirkung ab (z. B. wieder Scope 1 des THG-Protokolls), während andere mehrere Umweltwirkungen erfassen (z. B. das EU-Umweltzeichen).

¹⁵ Die Ökobilanz ist ein weithin anerkanntes methodisches Instrument für eine quantitative Umweltanalyse von mit Prozessen oder Produkten verbundenen Tätigkeiten aus einer Lebenswegperspektive. Zentrales Merkmal der Ökobilanz ist die ganzheitliche Betrachtung von

zurück, mit dem sie ihre ökologische Kompetenz und die ihrer Zulieferer bewerten und die Umweltleistung ihrer Produkte messen (und verbessern) können.

Die Methoden zur Messung des Fußabdrucks (z. B. CO₂-Fußabdruck, Wasserfußabdruck) nehmen parallel zu einem wahren „Wildwuchs“ an einzelstaatlichen und privatwirtschaftlichen Initiativen an Zahl rasch zu. Den Unternehmen können dadurch erhebliche Kosten entstehen, vor allem dann, wenn sie unterschiedliche Methoden anwenden oder Kennzeichnungs- und Überprüfungsanforderungen für unterschiedliche Länder und Einzelhändler einhalten müssen. Für KMU sind die relativen Kosten und der damit verbundene Aufwand noch viel höher.

Die Wirtschaft in Europa ist sich dieser Situation durchaus bewusst. In den Antworten, die bei der im Rahmen dieser Initiative durchgeführten öffentlichen Konsultation eingingen, wurde der Mangel an Kohärenz als eines der größten Hindernisse für die Anzeige und das Benchmarking der Umweltleistung genannt (72,5 % Zustimmung). Die Frage nach dem Hauptgrund für diesen Zustand beantworteten die Interessenträger am häufigsten mit der Vielzahl unterschiedlicher Initiativen in der EU (70,8 %) und der unterschiedlichen Art der Berichterstattung (76,3 %)¹⁶.

3.3. Hindernisse für den freien Verkehr von als „grün“ vermarkteten Produkten

Von den zusätzlichen Kosten abgesehen kann der Wildwuchs an Methoden den Herstellern grüner Produkte auch den Handel mit diesen sogar innerhalb der EU erschweren. Unternehmen wollen unter Umständen Handel über nationale Grenzen hinweg betreiben, stellen aber fest, dass für die Umweltinformationen über die Produkte, die sie verkaufen wollen, auf der anderen Seite der Grenze andere Anforderungen gelten.

Kasten 1 – Konkrete Hindernisse für den Handel mit als „grün“ vermarkteten Produkten im Binnenmarkt

Das nachfolgende Szenario veranschaulicht die zunehmend gängige (aber ineffiziente) Art und Weise, in der grüne Produkte in Europa vermarktet werden: Ein Unternehmen, das sein Produkt im Vereinigten Königreich, in Frankreich, Italien und der Schweiz als grünes Produkt vermarkten möchte, müsste verschiedene Regelungen beachten, um auf den einzelnen nationalen Märkten auf Basis der Umweltleistung in Wettbewerb zu treten. In Frankreich müsste es eine Umweltbewertung nach Maßgabe der französischen Methode (BP X30-323) durchführen, im Vereinigten Königreich nach der Norm PAS 2050 oder dem *WRI GHG Protocol*, in der Schweiz nach dem (in Ausarbeitung befindlichen) schweizerischen Verfahren, und in Italien müsste es sich der staatlich anerkannten Regelung für den CO₂-Fußabdruck anschließen und eine weitere Untersuchung durchführen. Für den schwedischen Markt müsste das Unternehmen eine Produkt-Umweltdeklaration (*Environmental Product Declaration*, EPD) nach ISO 14025 erstellen. Es kann sich dann zur Erstellung mehrerer EPD

Produkten oder Prozessen und von deren Funktionen unter Berücksichtigung von vor- und nachgelagerten Tätigkeiten. So umfasst die Ökobilanz eines Produkts alle mit dem Produkt entlang seines gesamten Lebenswegs verbundenen Produktionsprozesse und Dienstleistungen (von der Rohstoffgewinnung und der Produktion der für die Herstellung des Produkts eingesetzten Werkstoffe über die Nutzung des Produkts bis zum Recyceln und/oder der abschließenden Beseitigung einiger seiner Bestandteile). Ein solcher vollständiger Lebensweg wird häufig auch „Von der Wiege bis zur Bahre“ (*cradle to grave*) genannt.

Siehe <http://ec.europa.eu/environment/consultations/sustainable.htm>.

gezwungen sehen, da es weltweit mindestens sechs konkurrierende EPD-Systeme mit ihren eigenen Besonderheiten gibt, auch wenn diese alle auf ISO 14025 basieren¹⁷.

Angenommen, eine zur Einhaltung einer Regelung erforderliche Studie kostet 10 000 EUR. Das Unternehmen muss dann diesen Betrag mit der Anzahl von Märkten multiplizieren, in die es eintreten will. Nach diesem Szenario würden dem Unternehmen Kosten von bis zu 50 000 EUR je Produkt entstehen, damit es auf fünf nationalen Märkten in Europa auf Basis der Umweltleistung in Wettbewerb treten kann.

Um auf Basis der Umweltleistung in Wettbewerb treten zu können, müssen sich Unternehmen *de facto* verschiedenen auf den jeweiligen Märkten vorherrschenden und auf unterschiedlichen Methoden basierenden privaten oder öffentlichen Regelungen anschließen. Anders ausgedrückt ist das Prinzip der gegenseitigen Anerkennung im Binnenmarkt offenbar nicht in der Lage, nichttechnische Handelshemmnisse innerhalb der EU zu beseitigen: Auch ohne gesetzliche Vorgaben müssen die Ausführer die einzelstaatlichen Verfahren für die Offenlegung (z. B. einzelstaatliche Regelungen für Umweltzeichen) anwenden, mit denen die inländischen Verbraucher vertraut sind, um nicht gegenüber örtlichen Herstellern in Nachteil zu geraten.

3.4. Mangelndes Vertrauen der Verbraucher gegenüber Umweltaussagen

Umfragen zufolge würden die Verbraucherinnen und Verbraucher in der EU gerne mehr grüne Produkte kaufen¹⁸. Dieselben Erhebungen lassen aber auch eine Kluft zwischen Wertwahrnehmung und Handeln (*Value-action gap*) und eine „Vertrauenskluft“ erkennen. So erklären 75 % der Europäer, sie seien bereit, grüne Produkte zu kaufen, doch haben dies nur 17 % im Monat vor der Erhebung auch getan. Die Gründe hierfür sind unterschiedlich und liegen u. a. im fehlenden Vertrauen in die von Herstellern und Einzelhändlern gelieferten Umweltinformationen und in der begrenzten Verfügbarkeit von grünen Produkten zu erschwinglichen Preisen. Außerdem wird die Umweltleistung von Produkten häufig nicht in einer Weise offengelegt, die Vergleiche ermöglicht, so dass es schwierig wird, Entscheidungen in Kenntnis der Sachlage zu treffen.

Die Zahl von Umweltaussagen steigt, doch werden diese zugleich oberflächlicher und unbestimmter, was die verwendete Terminologie anbelangt¹⁹. Dies trägt dazu bei, dass das Vertrauen der Verbraucher schwindet: 48 % haben kein Vertrauen in die Angaben zur Umweltleistung von Produkten²⁰. Zunehmend herrscht der Eindruck, dass die Unternehmen auf der Grundlage ihrer Aussagen statt auf der Grundlage der eigentlichen Umweltleistung miteinander konkurrieren.

¹⁷ Deutschland, Schweden, Norwegen, Japan, Südkorea und Taiwan.

¹⁸ Spezial Eurobarometer 295 „Einstellungen der europäischen Bürger zur Umwelt“, 2008, S. 27; Eurobarometer [Europeans' attitudes towards the issue of sustainable consumption and production](#), 2009.

¹⁹ OECD (2011); *Environmental Claims - Findings and Conclusions of the OECD Committee on Consumer Policy*. - DEFRA (2010); *Assessment of Green Claims on Product Packaging*.

²⁰ Flash Eurobarometer 256 über die Einstellung der Europäer gegenüber Nachhaltigkeit in Produktion und Verbrauch, 2009. Das [Flash Eurobarometer 332](#) vom Jahr 2012, S. 11, ergab zudem, dass fast ein Drittel der europäischen Verbraucher auf irreführende Informationen über die Umweltwirkungen eines Produkts gestoßen sind. Für weitere Einzelheiten siehe Bericht über die Folgenabschätzung.

4. DIE POLITISCHE ANTWORT DER EU

4.1. Handlungsziel der EU

Allgemeines Handlungsziel der EU in diesem Bereich ist es, dazu beizutragen, dass für alle betroffenen Interessenträger (einschließlich der Akteure entlang der gesamten Lieferkette) die Verfügbarkeit von eindeutigen, zuverlässigen und vergleichbaren Informationen über die Umweltleistung von Produkten und Organisationen verbessert wird. Um dieses Ziel zu erreichen, legt die Kommission auf der Grundlage vieljähriger Arbeiten mit Interessenträgern und Wissenschaftskreisen zwei Methoden für die Bewertung und das Benchmarking der Umweltleistung vor. Diese Methoden sind robust (wissenschaftlich fundiert) und umfassend (Erfassung des gesamten Lebenswegs von Produkten bzw. Organisationen sowie eines ganzen Spektrums von Umweltaspekten) und werden letztlich die Vergleichbarkeit von Leistungen fördern. Die Methoden waren Gegenstand von Konsultationen, wurden 2011/2012 unter Mitwirkung der Industrie getestet und sollen weiter erprobt, verbessert (insbesondere durch Ausarbeitung vereinfachter Regeln für einzelne Produktgruppen und Sektoren) und bewertet werden, um festzustellen, in welchem Umfang sie von Unternehmen (insbesondere von KMU) oder politischen Entscheidungsträgern ohne Weiteres angewendet werden können.

Die Maßnahmen der EU sollen die derzeitige Unsicherheit darüber, was ein grünes Produkt bzw. eine grüne Organisation ausmacht, verringern. Sie sind ein Schritt auf dem Weg zu einem stärker integrierten Binnenmarkt, auf dem wirklich „grüne“ Produkte und Organisationen von den Verbrauchern als solche erkannt werden. Es wird davon ausgegangen, dass eine stärkere Verbreitung von grünen Produkten zur wirtschaftlichen Erholung beitragen und den Wettbewerbsvorteil von Unternehmen aus der EU im Bereich Öko-Innovation weiter verbessern wird.²¹

Das generische Konzept des grünen Produkts als Produkt, von dem auf seinem gesamten Lebensweg eine geringere Umweltwirkung ausgeht als von einem alternativen Produkt, wird somit durch zwei Elemente in die Praxis umgesetzt: 1) die Methode zur Messung der Umweltwirkungen entlang des Lebenswegs und 2) die produktkategorie-spezifischen Regeln, welche die für die Definition eines wirklich „grünen“ Produkts erforderliche Benchmark vorgeben. Derselbe Ansatz soll auch für Organisationen angewendet werden.

4.2. Methodische Arbeiten zur Messung der Umweltwirkung von Produkten und Organisationen

Seit mehreren Jahren ist die Kommission gemeinsam mit verschiedenen Interessenträgern in diesem Bereich tätig. Im Jahr 2003 wurde mit der Mitteilung über eine integrierte Produktpolitik (IPP)²² das Lebenszykluskonzept in die EU-Politik eingeführt. 2008 folgte der Aktionsplan für Nachhaltigkeit in Produktion und Verbrauch und für eine nachhaltige Industriepolitik²³, der 2010 zur Veröffentlichung des *International Reference Life Cycle Data System (ILCD) Handbook*²⁴ führte, das

²¹ Für eine eingehendere Untersuchung dieses Zusammenhangs siehe Bericht über die Folgenabschätzung.
²² Mitteilung der Kommission an den Rat und das Europäische Parlament - Integrierte Produktpolitik - Auf den ökologischen Lebenszyklus-Ansatz aufbauen. KOM/2003/0302 endgültig.

²³ Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen über den Aktionsplan für Nachhaltigkeit in Produktion und Verbrauch und für eine nachhaltige Industriepolitik. KOM/2008/0397 endgültig.

²⁴ <http://lct.jrc.ec.europa.eu/pdf-directory/ILCD-Handbook-General-guide-for-LCA-DETAIL-online-12March2010.pdf>.

technische Anleitungen für detaillierte Ökobilanzuntersuchungen und die technische Grundlage für die Ausarbeitung produktkategoriespezifischer Kriterien, Leitlinien und vereinfachter Instrumente lieferte.

Im Jahr 2010 forderte der Rat der Europäischen Union die Kommission auf, eine harmonisierte Methode zur Berechnung des Umweltfußabdrucks von Produkten auszuarbeiten.²⁵ Seitdem hat die Kommission auf der Grundlage bestehender Ökobilanz-Konzepte und internationaler Normen gearbeitet²⁶ und weitere methodische Spezifikationen eingeführt, die erforderlich sind, um konsistentere, vergleichbarere und genauere Ergebnisse zu erzielen. Diese Arbeiten, die durch eine Konsultation und einen „Praxistest“ in Zusammenarbeit mit der Industrie²⁷ unterstützt wurden, führten zur Aufstellung von Methoden für die Messung des Umweltfußabdrucks von Produkten (*Product Environmental Footprint*, PEF) und des Umweltfußabdrucks von Organisationen (*Organisation Environmental Footprint*, OEF)²⁸.

Mit den beiden Methoden werden gegenüber anderen bestehenden Methoden einige bedeutende Verbesserungen eingeführt, u. a.:

- genaue Festlegung der potenziellen Umweltwirkungskategorien²⁹, die für die Erstellung einer umfassenden Ökobilanz berücksichtigt werden müssen;
- vorgeschriebene Quantifizierung der Datenqualität;
- Festsetzung von Mindestanforderungen an die Datenqualität;
- klarere technische Anleitungen für die Behandlung einiger kritischer Aspekte einer Ökobilanzstudie (z. B. Allokation und Recycling)³⁰.

Die PEF- und die OEF-Methode erfordern, dass für die Durchführung von Vergleichen Produktkategorieregeln zur Berechnung des Umweltfußabdrucks von Produkten (*Product Environmental Footprint Category Rules*, PEFCR-Regeln) und Sektorregeln zur Berechnung des Umweltfußabdrucks von Organisationen (*Organisation Environmental Footprint Sector Rules*, OEFSR-Regeln)³¹ aufgestellt

²⁵ Siehe Schlussfolgerungen des Rates vom 20. Dezember 2010, in denen die Kommission zur Entwicklung einer gemeinsamen Methode für die quantitative Bewertung der Umweltwirkungen von Produkten während des gesamten Lebenswegs aufgefordert wurde.

²⁶ *Analysis of Existing Environmental Footprint Methods for Products and Organizations: Recommendations, Rationale, and Alignment*, JRC, 2011, <http://ec.europa.eu/environment/eussd/pdf/Deliverable.pdf>

²⁷ Der Praxistest wurde 2011-2012 durchgeführt. Die Methoden wurden für zehn Produkte (Landwirtschaft, Einzelhandel, Baugewerbe, Chemikalien, IKT, Lebensmittel, verarbeitendes Gewerbe, Schuhe, Fernsehgeräte und Papier) und zehn Organisationen (Einzelhandel, Lebensmittel, Energieerzeugung, Wasserversorgung, Futtermittel, öffentlicher Sektor, IKT, Bergbau, Chemikalien und Papierherstellung) getestet. Für nähere Einzelheiten siehe Anhang 9 des Berichts über die Folgenabschätzung.

²⁸ Endentwürfe der Methoden und Einzelheiten zum Verfahren für die Aufstellung von PEF und OEF: http://ec.europa.eu/environment/eussd/product_footprint.htm.

²⁹ Klimawandel; Abbau der Ozonschicht; Humantoxizität - kanzerogene Folgen; Humantoxizität - nichtkanzerogene Folgen; Feinstaub/anorganische Emissionen; ionisierende Strahlung; fotochemische Bildung von Ozon; Versauerung; Eutrophierung - Land; Eutrophierung - Wasser; Ökotoxizität - Süßwasser; Landnutzung; Ressourcenerschöpfung – Wasser; Ressourcenerschöpfung – mineralische und fossile Brennstoffe.

³⁰ Für eine detaillierte Erläuterung der technischen Elemente von PEF und OEF siehe Bericht über die Folgenabschätzung.

³¹ PEFCR-Regeln sind ein Satz von Regeln, die die allgemeinen methodischen Anleitungen für PEF-Studien durch nähere Spezifizierungen auf Ebene einer bestimmten Produktkategorie ergänzen.

werden. Diese Regeln werden die allgemeinen Bestimmungen der PEF- und der OEF-Methode in produktkategorie- bzw. sektorspezifische Regeln übertragen, die es ermöglichen, den Schwerpunkt auf die drei oder vier relevantesten unter den 14 Hauptumweltwirkungsindikatoren und auf die relevantesten Prozesse oder Lebenswegphasen für eine bestimmte Produktkategorie bzw. einen bestimmten Sektor zu legen. Dadurch werden die Ergebnisse separater Bewertungen innerhalb einer bestimmten Produktkategorie oder eines bestimmten Sektors untereinander vergleichbar, unabhängig davon, wer die Bewertungen durchführt.

Bei der Aufstellung von PEFCR-Regeln für Detergenzien beispielsweise werden die Kategorieregeln ein für die Produktkategorie „Detergenzien“ auf dem EU-Markt als repräsentativ geltendes „Musterprodukt“ definieren und die Umweltleistung dieses Musterprodukts entlang seines Lebenswegs berechnen. Die Umweltleistung dieses repräsentativen Produkts wird zur Benchmark (die anschließend im Einklang mit den technologischen Entwicklungen kontinuierlich angepasst und überarbeitet werden muss), mit der die Leistung anderer auf dem Markt verkaufter Detergenzien verglichen wird. Diese Leistung wird für den Verbraucher offengelegt, der beim Einkauf dann alternative Produkte leicht miteinander vergleichen kann.

Dank dieser wichtigen Weiterentwicklungen dürften die Umweltfußabdruckmethoden künftig auf dem Markt und in der Politik als zuverlässiges Instrument zur Differenzierung von Produkten und Organisationen zu geringeren Kosten angewendet werden können.

Die Kommission unterstützt zudem spezielle Tätigkeiten zur Ausarbeitung sektor- und produktkategoriespezifischer Methoden³². Die Kommission wird sich weiter bemühen, die Vergleichbarkeit zwischen diesen Methoden zu gewährleisten und gegebenenfalls zu verbessern.

4.3. Das Vorschlagspaket als erste Phase einer neuen Politik

Die vorliegende Mitteilung wird als Richtschnur für die Tätigkeiten der Kommission in den kommenden drei Jahren dienen.

Die Kommission wird die Methoden in Zusammenarbeit mit Interessenträgern, wo angebracht, schrittweise in das System für Umweltmanagement und Umweltbetriebsprüfung (EMAS), das umweltorientierte öffentliche Beschaffungswesen (*Green Public Procurement*, GPP) und das EU-Umweltzeichen einbeziehen³³.

4.3.1. Die Empfehlung der Kommission

Zusammen mit dieser Mitteilung nimmt die Kommission eine Empfehlung für die Anwendung der PEF- und der OEF-Methode zur Messung und Offenlegung der Umweltleistung von Produkten und Organisationen an. Die Kommission fordert Mitgliedstaaten und Interessenträger zur Anwendung der PEF- und der OEF-Methode im Rahmen von einschlägigen, auf freiwilliger Basis erfolgenden Maßnahmen und Initiativen auf, die die Messung und Offenlegung der

OEF-SR-Regeln sind ein Satz von Regeln, die die allgemeinen methodischen Anleitungen für OEF-Studien durch nähere Spezifizierungen auf Sektorebene ergänzen.

³² Im Rahmen der Mitteilung KOM(2010)245 endgültig „Eine digitale Agenda für Europa“ entwickelte Methode für den CO₂-Fußabdruck von IKT; vom Europäischen Runden Tisch zur Nachhaltigkeit in Produktion und Verbrauch von Lebensmitteln entwickeltes *Envifood Protocol*; Normungsarbeiten im Technischen Ausschuss 350 des CEN im Zusammenhang mit „Nachhaltigkeit bei Bauarbeiten“.

³³ z. B. Verwendung von PEF-Studien zur Ermittlung relevanter Umweltwirkungen bei der Ausarbeitung von Kriterien für das Umweltzeichen oder von GPP-Kriterien; Verwendung von OEF-SR-Regeln in branchenspezifischen Referenzdokumenten für EMAS.

Umweltleistung von Produkten und Organisationen entlang ihres Lebenswegs betreffen. Die Methoden sind integraler Bestandteil der Empfehlung.

4.3.2. Pilotphase: Testen der Anwendung der Umweltfußabdruckmethoden

Die Kommission wird mit freiwilliger Beteiligung von Interessenträgern eine dreijährige Testphase organisieren. Ziele dieser Testphase sind es,

- das Verfahren für die Aufstellung von PEFCR- und OEFSR-Regeln festzulegen und zu validieren, einschließlich der Entwicklung von ökologischen Benchmarks³⁴ für jede dieser Regeln. Sofern produktkategorie- bzw. sektorspezifische Regeln bereits vorliegen und von Interessenträgern angewendet werden, wird die Kommission sie als Grundlage für die Ausarbeitung von PEFCR- und OEFSR-Regeln verwenden;
- die Anwendung der Umweltfußabdruckmethoden zu erleichtern (insbesondere für KMU), indem innovative Möglichkeiten für das Management des Prozesses getestet und Instrumente entwickelt werden;
- verschiedene Konformitäts- und Überprüfungssysteme für PEF und OEF, einschließlich *Ex-ante*-Überprüfung (Konformitätsprüfung) und *Ex-post*-Überprüfung (Marktüberwachung) zu testen, um verhältnismäßige, wirksame und effiziente Konformitäts- und Überprüfungssysteme zu schaffen und zu validieren;
- in Zusammenarbeit mit Interessenträgern verschiedene Konzepte für die Business-to-Consumer- und die Business-to-Business-Kommunikation zu testen.

Die Kommission wird 2013 einen Aufruf veröffentlichen, in dem Interessenträger (auch aus Drittländern) zur freiwilligen Teilnahme an der Aufstellung von PEFCR- und OEFSR-Regeln bzw. zur Leitung dieses Prozesses aufgefordert werden. Welche Produktkategorien und Sektoren für die Pilotphase ausgewählt werden, hängt ab von Erwägungen wie dem Ausmaß der Umweltwirkungen, der Bereitschaft von Interessenträgern zur Teilnahme bzw. Leitung, der notwendigen Einbeziehung unterschiedlicher Produkte (einschließlich komplexer Produkte) und Sektoren (mit dynamischer Lieferkette), dem Vorliegen entsprechender Arbeiten³⁵ und der Verfügbarkeit von Informationen (Lebenswegdaten). Der Erfolg der Pilotphase wird anhand der Verschiedenartigkeit und Repräsentativität der ausgewählten Produkte und Sektoren sowie der Anzahl und Relevanz der beteiligten Interessenträger bewertet, wobei auf eine angemessene Vertretung von KMU und NRO geachtet wird und auch die Kosten und Nutzen der Anwendung dieser Methoden und der damit verbundene Zeitaufwand berücksichtigt werden. Die Kommission wird den Mitgliedstaaten und anderen Interessenträgern auf den regelmäßig stattfindenden IPP/SCP-Sitzungen³⁶ regelmäßig über die Fortschritte Bericht erstatten.

Die Kommission ist bereit, Alternativen zu PEF und OEF zu prüfen, mit denen Ziele erreicht werden können, die den oben genannten vergleichbar sind. Zu diesem Zweck

³⁴ Die Festlegung einer Benchmark beinhaltet die Ermittlung eines am Markt verfügbaren Durchschnittsmodells und die Definition von Umweltleistungsklassen auf der Grundlage dieser Analyse.

³⁵ z. B. Produktkategorieregeln, die im Rahmen der im französischen Grenelle-II-Gesetz vorgesehenen Versuchsphase oder im Rahmen anderer internationaler Programme (die schwedische EPD, das japanische *Eco-leaf*, branchenspezifische Referenzdokumente für EMAS) ausgearbeitet wurden.

³⁶ http://ec.europa.eu/environment/ipp/ipp_wg.htm.

beabsichtigt sie, die Endergebnisse der Testphase einer unabhängigen *Peer review* vorzulegen, bei der diese Ergebnisse mit denen möglicher alternativer Methoden, die von Interessenträgern vorgeschlagen wurden, verglichen werden. Um für diese vergleichende Untersuchung im Rahmen einer *Peer Review* in Betracht zu kommen, sollten die alternativen Methoden von den vorschlagenden Interessenträgern unter vergleichbaren Bedingungen getestet worden sein. Die vergleichende *Peer-Review*-Untersuchung wird der Kommission dabei helfen, die meistversprechende und machbarste Option zur Verwirklichung der in dieser Mitteilung genannten Politikziele auszuwählen.

4.3.3. *Umweltaussagen und bessere Leitlinien für die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken*

Es gibt keine speziellen Rechtsvorschriften der EU zur Harmonisierung von Umweltaussagen und grünem Marketing insgesamt. Die EU regelt die Verwendung von Umweltaussagen entweder durch Vorschriften in spezifischen Rechtsakten, die verschiedene Arten von Produktleistungen betreffen (z. B. die Energy-Star-Verordnung³⁷) oder durch allgemeine Vorschriften zur Verhinderung von irreführenden Umweltaussagen, wobei diese Vorschriften von den nationalen Behörden auf Einzelfallbasis ausgelegt und durchgesetzt werden³⁸, wie dies in der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken³⁹ vorgesehen ist.

Im Zuge der Durchführung dieser Richtlinie hat die Kommission im Jahr 2009 spezifische Leitlinien herausgegeben, mit denen die Verwendung klarer, präziser und relevanter Umweltaussagen in Marketing und Werbung gefördert werden soll. Die Kommission plant weitere diesbezügliche Leitlinien, um eine angemessene und einheitliche Durchsetzung in den Mitgliedstaaten sicherzustellen. Zu diesem Zweck hat sie im Rahmen der Umsetzung der Verbraucheragenda⁴⁰ bereits einen Dialog mit relevanten Interessenträgern aufgenommen, um die Herausforderungen und bewährte Praktiken zu identifizieren und wesentliche Empfehlungen für künftige Maßnahmen festzulegen⁴¹.

4.3.4. *Offenlegung der Umweltleistung von Produkten und Organisationen*

Eine inadäquate Offenlegung kann die Adressaten verwirren oder irreführen, die Entscheidungsfindung behindern und das Vertrauen in Umweltaussagen untergraben. Gestützt auf die im mehrseitigen Dialog gewonnenen Erfahrungen empfiehlt die Kommission daher eine Reihe von Grundsätzen, die bei der Offenlegung der Umweltleistung von Produkten und Organisationen anzuwenden sind.

- (1) Transparenz. Die Wirtschaftsteilnehmer sollten nicht nur Informationen über die Umweltleistung der betreffenden Produkte und Organisationen weitergeben, sondern

³⁷ Verordnung (EG) Nr. 106/2008 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 15. Januar 2008 über ein gemeinschaftliches Kennzeichnungsprogramm für Strom sparende Bürogeräte.

³⁸ SEC(2009) 1666 – Kapitel 2.5 *Misleading Environmental Claims in Guidance on the implementation/application of Directive 2005/29/EC on unfair commercial practices*.

³⁹ Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken im binnenmarktinternen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern („Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken“), ABl. L 149 vom 11.6.2005, S. 22.

⁴⁰ Eine Europäische Verbraucheragenda für mehr Vertrauen und mehr Wachstum, COM(2012) 225 final.

⁴¹ Unter Vorsitz der GD SANCO, JUST und ENV geführter mehrseitiger Dialog über Umweltaussagen (*Multi-stakeholder Dialogue on Environmental Claims*, MDEC). Ein Bericht mit den wesentlichen Feststellungen und Schlussfolgerungen des MDEC wurde am 18. März auf dem Europäischen Verbrauchergipfel 2013 vorgestellt, <http://www.european-consumer-summit.eu>.

auch mitteilen, wie die Informationen zustande gekommen sind (Bewertungsverfahren, Methode, Datenquelle, Kriterien usw.).

- (2) Verfügbarkeit und Zugänglichkeit. Die Wirtschaftsteilnehmer sollten die Informationen über die Umweltleistung des Produkts in Bezug auf die relevantesten Umweltwirkungen auf einfache und unmittelbar verständliche Weise anzeigen. Die wesentlichen Informationen sollten ergänzt werden, indem über weitere Kanäle (Websites, Smartphone-Anwendungen usw.) das Abrufen detaillierter Informationen ermöglicht wird.
- (3) Zuverlässigkeit. Die offengelegten Informationen sollten wissenschaftlich korrekt und überprüfbar sein, damit die Nutzer Vertrauen in die Umweltaussage haben können.
- (4) Vollständigkeit. Die Wirtschaftsteilnehmer sollten auf kostengünstige Weise Informationen über alle Umweltwirkungskategorien geben, die für das betreffende Produkt oder die betreffende Organisation relevant sind.
- (5) Vergleichbarkeit. Die Wirtschaftsteilnehmer sollten kohärente methodische Entscheidungen treffen, um die Vergleichbarkeit der Informationen über die Umweltleistung einer bestimmten Produktkategorie oder eines bestimmten Sektors im Zeitverlauf zu gewährleisten. Sie sollten, wann immer möglich, Methoden anwenden, anhand deren die Umweltleistung von Produkten derselben Produktkategorie und von im selben Sektor tätigen Organisationen miteinander verglichen werden kann.
- (6) Klarheit. Die Wirtschaftsteilnehmer sollten die Informationen in klarer, präziser und für die Nutzer in vollem Maße verständlicher Weise darstellen. Auch der Inhalt der Informationen sollte klar sein, wobei Umfang und Komplexität der Zielgruppe, den Merkmalen des Produkts und dem Zweck der Offenlegung angepasst sein sollten.

Die Anwendung bestehender gemeinsamer Ansätze, Standards und Methoden wie PEF und OEF würde sehr dazu beitragen, dass diese Grundsätze befolgt werden.

4.4. Die zweite Phase: Evaluierung und künftige Politik

Nach der Pilotphase wird die Kommission die Fortschritte evaluieren, bevor sie über das weitere Vorgehen entscheidet („zweite Phase“). In diesem Zusammenhang wird sie prüfen, ob die Methoden, die Benchmarks für Produkt- und Sektorleistung und Anreize Erfolge gebracht haben und somit im Rahmen von Politikinstrumenten angewendet werden können. Insbesondere wird die Kommission prüfen, ob sie stärker in eine breitere Palette bereits bestehender oder neuer Instrumente einbezogen werden können, um die Umweltleistung von Produkten auf dem EU-Markt zu verbessern, wobei die Anwendung etwaiger geeigneter Instrumente (einschließlich europäischer Normen) berücksichtigt wird. Auf der Grundlage der Ergebnisse dieser Prüfung wird die Kommission, wie in ihrem Vorschlag für ein neues Umweltaktionsprogramm der EU für die Zeit bis 2020⁴² angekündigt, geeignete Vorschläge ausarbeiten.

5. GLOBALER KONTEXT UND INTERNATIONALE ZUSAMMENARBEIT

Ähnlich wie in den Mitgliedstaaten geht auch andernorts die Entwicklung bei der Messung und Offenlegung der Umweltleistung zügig voran. Beispielsweise plant die

⁴² COM(2012) 710 final.

Schweiz für 2013 die Vorlage eines Gesetzes zur Einführung einer auf mehreren Kriterien basierenden Ökobilanz für Produkte und deren Offenlegung gegenüber den Verbrauchern. Japan, Südkorea, Australien und Kanada greifen bei der Politikgestaltung ebenfalls auf Ökobilanz-Konzepte zurück. Die US-Umweltschutzagentur (EPA) leitet derzeit die Ausarbeitung eines Leitfadens für die Aufstellung von Produktkategorieeregeln. Das *Sustainability Consortium* ist eine der größten privatwirtschaftlichen Initiativen, die sich mit der Bestimmung und Offenlegung des Umweltfußabdrucks von Produkten befasst. Außerdem entstehen auch neue Initiativen wie der US-amerikanische Rat für Nachhaltigkeitsberichterstattungsstandards (*Sustainability Accounting Standards Board*, SASB).

Diese laufenden Anstrengungen sind positiv zu werten. Allerdings sind diese Initiativen größtenteils relativ isoliert, während die zunehmend globalisierten und komplexen Lieferketten einen stärker koordinierten Ansatz erfordern würden, der z. B. eine stärkere Austauschbarkeit und Interoperabilität zwischen bestehenden Instrumenten und Plattformen bewirken könnte. Es ist davon auszugehen, dass auf internationaler Ebene in gewissem Umfang Methoden entwickelt werden, doch wären stärker fokussierte und ehrgeizigere Initiativen und eine verbesserte Konsensbildung erforderlich.

Die EU will mit wichtigen Handelspartnern aktiv zusammenarbeiten, um einen koordinierteren Ansatz für die Entwicklung von Methoden auf internationaler Ebene zu fördern. Zu diesem Zweck soll u. a. innerhalb des auf dem Rio+20-Gipfel angenommenen Zehnjahresrahmens für Programme für nachhaltigen Verbrauch und nachhaltige Produktion ein offener, transparenter und für alle Interessenten zugänglicher Konsultationsprozess stattfinden. Auf den regelmäßig stattfindenden IPP/SCP-Sitzungen wird den Mitgliedstaaten und anderen Interessenträgern über die Fortschritte Bericht erstattet.

Die EU wird dem Umweltprogramm der Vereinten Nationen auch finanzielle Unterstützung für den Aufbau von Kapazitäten in Entwicklungs- und Schwellenländern in Bereichen wie Umweltfußabdruck, Ökobilanz-Methoden und Datenerhebung bereitstellen.

Die sukzessive Anwendung von PEF- und OEF-Methoden in der EU wird auch Unternehmen außerhalb der EU Vorteile bringen, da Unternehmen, die in den EU-Markt eintreten wollen, statt des derzeitigen „Flickenteppichs“ einzelstaatlicher Regelungen zwei einheitliche Bezugspunkte vorgegeben werden. Dies würde die Verwaltungskosten für Exporteure senken und das Angebot an grünen Produkten auf dem Binnenmarkt weiter erhöhen.