

Neues Dachlabel für nachhaltig erzeugte Lebensmittel: Ergebnisse einer Fallstudie des Masterstudiengangs Nachhaltige Dienstleistungs- und Ernährungswirtschaft

Kolfhaus, Stephan A.; Teitscheid, Petra

Veröffentlichungsversion / Published Version

Sammelwerksbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kolfhaus, S. A., & Teitscheid, P. (2015). Neues Dachlabel für nachhaltig erzeugte Lebensmittel: Ergebnisse einer Fallstudie des Masterstudiengangs Nachhaltige Dienstleistungs- und Ernährungswirtschaft. In C. Bala, & W. Schuldzinski (Hrsg.), *Der verantwortungsvolle Verbraucher: Aspekte des ethischen, nachhaltigen und politischen Konsums* (S. 87-108). Düsseldorf: Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e.V. https://doi.org/10.15501/978-3-86336-907-1_5

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY Lizenz (Namensnennung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY Licence (Attribution). For more information see:
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

Neues Dachlabel für nachhaltig erzeugte Lebensmittel

Ergebnisse einer Fallstudie des Masterstudiengangs Nachhaltige Dienstleistungs- und Ernährungswirtschaft

Stephan A. Kolfhaus und Petra Teitscheid

DOI 10.15501/978-3-86336-907-1_5

Abstract

Die Kennzeichnung von Lebensmitteln, auch aus ökologischer Produktion, hat sich immer weiter ausdifferenziert. Durch die Überfülle von Zeichen oder Siegeln kann deren Informationsfunktion für Verbraucher eingeschränkt werden, was zugleich auch für die Transparenz und Vertrauenswürdigkeit dieser Labels Konsequenzen hat. Daher wird im Rahmen einer Fallstudie ein Dachlabel für nachhaltig erzeugte Lebensmittel vorgeschlagen, das im Wesentlichen auf politischen und wissenschaftlichen Vorüberlegungen zum Food-Labeling beruht. Dabei werden im Einzelnen die Merkmale und die Ausgestaltung sowie die besonderen Herausforderungen bei der Umsetzung eines solchen Dachlabels analysiert.

Dieser Beitrag erscheint unter der Creative-Commons-Lizenz: Namensnennung 3.0 Deutschland | CC BY 3.0 DE

Kurzform | <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/de/>

Lizenztext | <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/de/legalcode>

Diese Fallstudie wurde im Wintersemester 2012/2013 von den drei Lehrenden (Stephan A. Kolfhaus, Petra Michel-Fabian und Petra Teitscheid) gemeinsam entwickelt und durchgeführt. Frau Michel-Fabian hat als damalige wissenschaftliche Mitarbeiterin der Fachhochschule Münster die Lehrveranstaltung im Wesentlichen mit vorbereitet und koordiniert. Den vorliegenden Text verantworten die beiden Hochschullehrenden (Kolfhaus und Teitscheid) allein, die auch zum zweiten Mal im Sommersemester 2014 und in ähnlicher Weise diese Fallstudie mit Masterstudierenden bearbeiteten.

1 Die Überfülle von Labeln und die Folgen für die Verbraucher

Verbraucherinformation als zentrales Instrument der Verbraucherpolitik umfasst auch die Hinweise, die der Verbraucher insbesondere bei Lebensmitteln durch die meist gesetzlich geregelten und vorgeschriebenen Informationen auf Produktverpackungen bekommt. Sie beinhalten neben der Mengenangabe, dem Mindesthaltbarkeitsdatum, das Zutatenverzeichnis u. a. häufig eine Fülle von Zeichen oder Siegeln, die unterschiedliche Qualitätsaussagen aufweisen können. Meistens sind es grafische oder schriftlich komprimierte Markierungen an Produkten, die einen sehr unterschiedlichen Ursprung haben, wie zunächst genauer zu analysieren ist.

1.1 Label, Gütezeichen, Qualitätssiegel: Wie Produkte gekennzeichnet werden

Einen ersten Überblick über die Vielfalt der Lebensmittel-Label gibt die Datenbank der „Verbraucherinitiative e.V.“. Sie hat diese Datenbank im Auftrag des (früheren) Bundesministeriums für Landwirtschaft, Ernährung und Verbraucherschutz (BMELV) angelegt und betreut sie aktuell (www.label-online.de). Für den Gesamtbereich der ökologischen gelabelten Produkte (Food und Non-Food) lassen sich allein darin über 260 Siegel zählen, wobei eine Reihe von Zeichen mit mehrfachen Ausprägungen zu finden ist wie z. B. „Blauer Engel“, EU-Energiezertifikat, „Fair Trade“ oder „Forest Stewardship Council“ (FSC).

In der Kategorie Essen und Trinken sind etwa 60 Labels angeführt, die fast zur Hälfte für Lebens- und Genussmittel aus biologischer Erzeugung gelten; Zeichen für z. B. fairen Handel oder regionale Produkte stellen in etwa die andere Hälfte dar.

Versucht man eine Systematisierung dieser ökologischen Labels, lassen sich die einzelnen Zeichen hinsichtlich ihrer Art und Aussagekraft in folgende Kategorien einteilen:

- **Eigenmarken:** firmeneigene Labels, auch Handelsmarken, für ein oder mehrere Produkte wie z. B. die unterschiedliche Bio-Kennzeichnung von Discountern;
- **Gütezeichen:** wettbewerbsrechtlich geschützte und branchenmäßig orientierte Labels, die ein bestimmtes Prüfverfahren bei „RAL“, dem „Deutschen Institut für Kennzeichnung und Gütesicherung e.V.“ nachweisen müssen wie z. B. für Lacke oder Kompost;
- **Prüfzeichen:** Vergabe durch wissenschaftliche Institute aufgrund von Tests zur Einhaltung von technischen oder ähnlichen Normen oder Standards wie z. B. das Zeichen „Geprüfte Sicherheit“ (GS) bei Elektroprodukten oder „Qualität und Sicherheit“ (QS) bei ausgewählten Lebensmittelgruppen;
- **Herkunfts- bzw. Regionalzeichen:** Labels für Lebensmittel aller Art aus einer bestimmten Region, nur zum Teil wie das europäische Herkunftszeichen gesetzlich geschützt;
- **Umweltzeichen:** produktbezogenes Label, das sich vor allem auf Umwelteigenschaften eines Produkts konzentriert und z. T. auf die gesamte Wertschöpfungskette bezogen ist wie z. B. „Blauer Engel“ oder das EU-Bio-Siegel (Kupp 2008, 234).

Diese Zeichen beziehen sich auf einzelne Produkte und unterscheiden sich auch darin, wie weit sie in der Wertschöpfungskette zurückgehen, wobei das produzierende Unternehmen in der Regel nicht betrachtet wird. Eines der entscheidenden Probleme beim Labeling ist nicht nur das übergroße Spektrum an Zeichen, sondern auch deren unklare, undifferenzierte und nicht überprüfte Vergabe. Das ist für durchschnittliche Verbraucher kaum nachzuvollziehen und bringt entsprechende Akzeptanzprobleme mit sich.

1.2 Verbraucherinformation oder Verbraucherdesorientierung: Welche Konsequenzen Labeling hat

Die Orientierungsfunktion von z. B. ökologisch ausgerichteten Labels weist ein strukturelles Dilemma auf, das mit der Spezifik der Produkteigenschaften einhergeht (Schönheit 2005, 32 ff.): Bei den „Sucheigenschaften“ kann der Verbraucher das Produkt bereits vor dem Kauf selbst beurteilen, während sich die „Erfahrungseigenschaften“ des Produkts erst bei seinem Gebrauch oder Verbrauch zeigen und ausgewertet werden können. Noch schwieriger zu er-

fassen sind die „Vertrauenseigenschaften“ eines Gutes, denn diese entziehen sich der eigenen Wahrnehmung und Erfahrung. So ist die Umweltfreundlichkeit z. B. eines Produktes „eine Zusicherung, die der Käufer weder ex ante noch ex post überprüfen kann“ (Kupp 2008, 235).

Die zwischen Anbieter und Verbraucher asymmetrischen Eigenschaftsinformationen können sogar „zu einem Prozess der Qualitätsverschlechterung“ (ebd.) führen, weil Konsumenten bei solchen Produkteigenschaften unsicher sind und sich beim Kauf zurückhalten, was wiederum für die Produzenten kaum Anreize bietet, solche qualitätsvollen Produkte auf den Markt zu bringen. Daher wäre es zur Vermeidung von Qualitätsunsicherheiten und damit der Erleichterung der Informationssuche auf der Verbraucherseite sinnvoll, die Vertrauenseigenschaften z. B. bei Lebensmitteln in „eine Quasi-Sucheigenschaft, also eine vom Verkäufer schon vor dem Kauf gut überprüfbare Eigenschaft“ (ebd.) zu verändern, wie das ein vertrauenswürdige Zeichen sein könnte.

Das verlangt wiederum ein Labeling, das eine hohe Transparenz und Überprüfung der zugrunde liegenden Qualitätsmerkmale und Beurteilungsstandards aufweist, was u. a. von dem Zeichengeber bzw. der Kontrollinstanz abhängt. Und hier liegt ein weiteres Strukturdilemma der Verbraucherinformation, das auch für die ökologische Kennzeichnung von Lebensmitteln gilt, wie es detailliert in der Norm der sogenannten Umweltdeklarationen (ISO 14024) beschrieben ist (vgl. Verbraucherrat 2008). So gibt es zwei Typen von Zeichen hinsichtlich ihrer Vergabe und Kontrolle:

- **Private Labels:** Sie werden von einzelnen Unternehmen nur für ihre eigenen Produkte verwendet oder sind Prüfzeichen von Untersuchungslaboren und Überwachungsorganisationen. Solche Zeichen können auch von Wirtschaftsverbänden vergeben werden, die z. T. auch Zertifizierungsstandards verwenden wie etwa im ökologischen Landbau oder dem „QS“-Siegel. Solche Zertifizierungssysteme werden auch, meist unter Einsatz von neutralen Prüfstellen, von Nichtregierungsorganisationen wie z. B. beim „Fair Trade“- oder „Marine Stewardship Council“-Label verwendet.
- **Staatliche Labels:** Diese können ohne Zertifizierung vergeben werden wie bei der rechtlich geregelten Kennzeichnung z. B. von Eiern oder der Herkunftsregion. Hier erfolgt die Prüfung durch die staatliche Lebensmittelüberwachung oder im Rahmen des „Gesetzes gegen den unlauteren Wett-

bewerb“. Labels in staatlicher Trägerschaft wie beim Bio-Siegel oder dem geplanten Gastronomie-Barometer weisen Standards auf, die vom Staat auf nationaler oder europäischer Ebene festgelegt und vor Ort von akkreditierten Zertifizierungsstellen der Privatwirtschaft kontrolliert werden können.

Unabhängig vom Ursprung des Labels bleibt es das generelle Problem der Verbraucherinformation, so fundierte und zuverlässige wie differenzierte und nachvollziehbare Informationen zu erhalten, die, wie in der psychologischen Konsumentenforschung seit Längerem betont wurde (Kroeber-Riel und Weinberg 1999, 280 ff.) als prägnante Schlüsselinformationen („information chunks“) zu einer Informationsentlastung der Verbraucher dienen. Dazu gehört auch, die Überfülle der unterschiedlichen Labels für den Verbraucher dadurch transparenter zu gestalten, dass er nicht für jede Produkteigenschaft gesonderte Zeichen kennen und verstehen muss.

Gerade für nachhaltig ausgerichtete Labels wäre es daher sinnvoll, die verschiedenen Dimensionen der Nachhaltigkeit, wie sie etwa im Rahmen der Vereinten Nationen in der Agenda 21 und den Folgeprogrammen formuliert wurden, in einem einzigen Zeichen zu vereinigen. Dann könnte die soziale, gesundheitliche oder die umweltbezogene und ökonomische Dimension der nachhaltigen Entwicklung auch bei der Lebensmittelproduktion und dem Lebensmitteleinkauf einfach und verlässlich nachvollzogen werden. Genau dieses ist der Ansatz des im Folgenden präsentierten Dachlabels.

2 Der wissenschaftliche Ansatz: Ein neues Dachlabel für Lebensmittel

Die politische Debatte über eine für Verbraucher effiziente Kennzeichnung von Produkten hat im Herbst 2011 zu Konsequenzen im Wissenschaftsbereich geführt: Die wissenschaftlichen Beiräte „Verbraucher- und Ernährungspolitik“ sowie „Agrarpolitik“ im Ressort des damaligen Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz haben ein Gutachten (Umfang ca.

30 Seiten) vorgelegt, in dem sie eine „Politikstrategie Food Labelling“ – so der Titel – fordern.

2.1 Ziel und Schwerpunkte des Gutachtens zu Food Labeling

Die meist aus Professoren von Hochschulen zusammengesetzten Beiräte, die von Ministerien zur eigenen Ressortbegleitung und -beratung eingesetzt werden, sehen einen „politischen Handlungsbedarf angesichts der kaum noch überschaubaren ‚Labelflut‘, weil es selbst informierten Verbrauchern schwerfällt, den Überblick zu behalten“ (Eberle et al. 2011, I). Von da aus halten sie eine Verbesserung des Food-Labelings für sinnvoll, wenn dieses Handlungsfeld mit anderen verbraucherpolitischen Instrumenten verknüpft wird und damit „differenzierte ökonomische Anreize zur kontinuierlichen Qualitätssteigerung“ (Eberle et al. 2011, II) auf der Produzentenseite erreichbar sind. Insgesamt haben die Beiräte das Ziel, „eine langfristig ausgerichtete, konsistente, möglichst EU-weit abgestimmte Food-Labeling-Strategie“ (ebd.) zu entwickeln und die Vertrauenseigenschaften des entsprechenden Labelings deutlich zu steigern.

Die für ein Nachhaltigkeitslabel relevanten Kennzeichnungsfelder Gesundheit, Umweltwirkungen, Soziales und Tierschutz sollen in einem mehrstufigen und möglichst staatlich gestützten, leicht erkennbaren Bewertungsrahmen dargestellt werden, was eine starke Konzentration auf nur wenige Einflussfaktoren der Lebensmittelproduktion einschließlich des Handels nach sich zieht. Bisherige Kennzeichen sollten möglichst mit ihren Kriterien in das neue Dachlabel aufgehen (vgl. Eberle et al. 2011, II/III).

Als Ergebnis wird folgendes Label hinsichtlich seiner möglichst transparent dargestellten Dimensionen vorgesehen (siehe Abbildung 1):

Das Kennzeichnungsfeld „Gesundheit“ gibt den „Gesundheitswert des Produkts“ an, das Feld „Umwelt“ zeigt dessen „Umweltauswirkungen inklusive der Produktverpackung“. Bei „Soziales“ werden die „Sozialstandards in der Wertschöpfungskette in Deutschland bzw. EU“ und bei „Tierschutz“ die „Einhaltung von Tierschutzniveaus“ zugrunde gelegt (Eberle et al. 2011, 15/16).

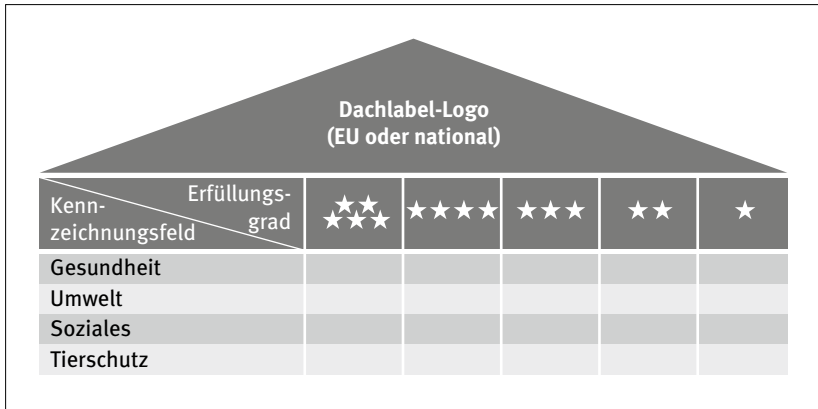


Abbildung 1: Vorschlag für Dachlabel (Eberle et al. 2011, 16)

In der Ausführung dieses Dachlabels sind geeignete, möglichst hoch aggregierte Indikatoren zur Beschreibung und Bewertung der vier Kennzeichnungsfelder, möglichst unter Einbeziehung der Stakeholder wie Produzenten, Verbraucher usw., aufzunehmen bzw. zu entwickeln. Dazu gehört auch eine nicht näher bestimmte Anzahl von Unterdimensionen wie etwa im Feld „Umwelt“ Biologischer Anbau, Klima oder Biodiversität. Im zweiten Teil ihres Gutachtens haben die Beiräte detaillierte Hinweise zu den vier Feldern hinsichtlich des Status Quo der Lebensmittel-Kennzeichnung und entsprechende Empfehlungen (Eberle et al. 2011, 19–33) gegeben.

Da es sich bei dem Dachlabel um eine „dynamische Konzeption“ (Eberle et al. 2011, 18) handeln soll, sollen die Bewertungskriterien regelmäßig angepasst werden, um so eine Anreizwirkung bei den Anbietern zu erzielen. Dies setzt zugleich ein klar und systematisch strukturiertes sowie rechtlich abgesichertes und von den Labelnutzern zu übernehmendes „Prüfprocedere“ (Eberle et al. 2011, 16) für Erstkennzeichnung und die Folgenkontrollen voraus. Außerdem wäre „ein einheitliches Design“ (Eberle et al. 2011, 15) des Dachlabels hilfreich, bei dem weitere Informationen zu den Kriterien usw. über einen im Internet hinterlegten Barcode oder QR-Code abrufbar wären (vgl. Eberle et al. 2011, 18). Die Bekanntheit und Akzeptanz dieses Labels brauchen „werbliche Unterstützung“ (vgl. Eberle et al. 2011, 40), d. h., es bedarf breit angelegter Kommunikationsstrategien zu seiner Etablierung.

2.2 Zusammenhänge mit der aktuellen Verbraucherpolitik

Ein wesentlicher Impuls für dieses Thema und damit auch für die weitere Behandlung des Gutachtens kam von der damaligen Bundesregierung (aus CDU/CSU und FDP), wie aus ihrem letzten „Verbraucherpolitischen Bericht“ hervorgeht (BMELV 2012). Neben der Sicherheit und Selbstbestimmung von Verbrauchern bei Konsum will das zuständige Ministerium eine Verbraucherpolitik, die die „Alltagskompetenzen durch Verbraucherinformation und -bildung stärkt [und] auf eine bessere Angebotstransparenz hinarbeitet“ (BMELV 2012, 46). Damit wird auf das klassische Instrumentarium der Verbraucherpolitik hingewiesen, welches neben Information und Bildung auch Rechtsdurchsetzung oder Selbstorganisation der Verbraucher umfasst. Bei der Verbraucherinformation wird aufgrund der technischen Entwicklung „der Zugang zu glaubwürdigen, leicht verständlichen und gut zugänglichen Informationen über Produkte und Dienstleistungen [für] notwendiger denn je“ (BMELV 2012, 8) gehalten.

Genau dieser Zusammenhang wird von der Bundesregierung weiter ausgeführt: So heißt es in dem zitierten verbraucherpolitischen Bericht, dass Prüfsiegel und Gütezeichen „zu effizienten und transparenten Marktverhältnissen beitragen und so eine gute Grundlage für selbstbestimmte und eigenverantwortliche Verbraucherentscheidungen bilden“ (BMELV 2012, 45). Die Vielzahl dieser Zeichen wäre aber für Verbraucher kaum zu überschauen – ebenso wie die damit verbundenen Qualitätskriterien. Gleichwohl will die Bundesregierung „Informationen über Zertifizierungssysteme und Label“ (BMELV 2012, 46) fördern wie die schon angeführte Datenbank www.label-online.de oder das bekannte Umweltzeichen „Blauer Engel“. Außerdem sollen weitere „freiwillige Standardsysteme für Nachhaltigkeit“ (BMELV 2012, 50), die unabhängig überprüft werden sollen, unterstützt werden.

An dieser Stelle formulierte die Bundesregierung 2012 einen Prüfauftrag, nämlich „ob und wie ein freiwilliges übergeordnetes staatliches ‚Dach‘- oder ‚Rahmen‘-Siegel für Nachhaltigkeit ein geeignetes Instrument sein kann, um Erzeugern, Handel und Verbrauchern eine bessere Orientierung geben zu können“ (BMELV 2012, 46). Auch die Voraussetzungen für dieses Dachlabel werden dort schon genannt wie u. a. externe Prüfung, Unabhängigkeit und Überprüfbarkeit der Kriterien, die oberhalb von gesetzlichen Mindeststandards liegen sollten. Alle diese Aspekte wurden dann in dem Gutachten der Wissen-

schaftlichen Beiräte zum Teil ausführlich behandelt. Unklar ist, was das damals zuständige Ministerium von diesem Prüfauftrag weiter verfolgt und welche Schlussfolgerungen es daraus gezogen hat.

Auf jeden Fall hat es, auch bedingt durch den Wechsel der damaligen verantwortlichen Ministerin Ilse Aigner (CSU) in die bayerische Landespolitik im Sommer 2013 keine weiteren Initiativen in der damals ablaufenden Legislaturperiode gegeben. Erst mit der neuen Bundesregierung aus CDU/CSU und SPD (ab Dezember 2013) wird das Thema Dachlabel wieder sichtbar. Dies hängt auch mit der Neupositionierung der Verbraucherpolitik nach der Konstituierung der neuen Bundesregierung Ende 2013 zusammen. Die Verbraucherpolitik ist von ihrer traditionellen Ressortzugehörigkeit im Landwirtschaftsministerium erstmalig in der bundesdeutschen Geschichte in das Justizministerium gewechselt. Welche Schwerpunkte, welche Initiativen und Programme dieses neu formatierte Verbraucherministerium in den nächsten Jahren setzen bzw. auflegen will, ist zum gegenwärtigen Zeitpunkt noch völlig offen.

Bisher ist nur die Festlegung im Koalitionsvertrag dieser Regierung herauszustellen, die unter der Überschrift „Mehr Transparenz und Unterstützung für die Verbraucher“ versichert: „Wir wollen die Grundlagen für ein Label schaffen, das nachhaltige Produkte und Dienstleistungen kennzeichnet und den Lebenszyklus des Produkts einbezieht“ (SPD 2013, 88). Es bleibt also abzuwarten, was die jetzige Bundesregierung aus dieser Absichtserklärung macht. Zugleich ist es aber nun möglich, nach den Bedingungen und Unklarheiten dieses neuen Labels zu fragen, wie es durch die im Folgenden präsentierte Fallstudie aufgezeigt wird.

3 Fallstudie: Vorgaben, Ablauf und Ergebnisse

Das zuvor ausführlich vorgestellte Gutachten zur „Politikstrategie Food Labelling“ wurde als thematischer Ausgangspunkt für eine Fallkonstruktion im Master-Studiengang Nachhaltige Dienstleistungs- und Ernährungswirtschaft

der Fachhochschule Münster und der Hochschule Osnabrück genommen. Dabei handelt es sich nicht um ein übliches Forschungsprojekt eines externen Auftraggebers, sondern um eine wissenschaftliche Untersuchung mit – so der einleitende Aspekt – speziellen didaktischen Bedingungen.

3.1 Der hochschuldidaktische Rahmen: Fallorientiertes Lernen

Die aus hochschuldidaktischen Gründen vorgenommene Herausarbeitung und Typisierung eines spezifischen Sachverhalts aus der Berufspraxis – hier als Fallorientierung verstanden – ist mehr als eine übliche Lernmethode oder -form (vgl. Sackmann 2007). Sie setzt vielmehr strategisch bei der Selbststeuerung des Lernenden an und zielt umfassend auf die Weiterentwicklung seiner Kompetenzen (über die Hochschule hinaus) durch die Kombination verschiedener Lerntechniken ab.

Die Fallstudie wird in verschiedenen Zusammenhängen, Lehrformen und mit verschiedenen Lernzielen eingesetzt. Dabei bleibt ihre Bedeutung, je nach Einsatzbereich, mehr oder minder differenziert: Der „Fall“ ist ein möglichst wirklichkeitsnahes Problem, das modellartig Beurteilungen und Entscheidungen zur Lösung verlangt. In der Sozialform Kleingruppe werden auf Grundlage von vorhandenen Materialien und eigener Recherche von den Teilnehmern Probleme der beruflich-praktischen Realität bearbeitet. Die Fallstudie ist somit eine Praxissimulation mit der Aufgabe der Problemeingrenzung und -lösung (Schmidt 1988, 27).

Von da aus werden Fallstudien in der Hochschullehre unterschiedlich eingesetzt (Thom, Zaugg und Wenger 2000, 12 ff.): Mal dienen sie zur Illustration und Ergänzung von Lehrinhalten oder zur Einführung in ein Thema, mal zur Verbindung von Theorie und Praxis oder zur Förderung des Transfers der Lernergebnisse. So werden nach verschiedenen Studien seit den 1970er-Jahren (vgl. Thom, Zaugg und Wenger 2000, 8 f.) in der Hochschule (und ähnlich bei der betrieblichen Ausbildung) mit Fallstudien Lernziele wie vor allem Problemlösungsfähigkeit, Kooperationsfähigkeit und das Erkennen komplexer Sachverhalte sowie die Erhöhung des entsprechenden Fachwissens gefördert. Gleichwohl bringen Fallstudien im Vergleich zu Vorlesungen nicht immer bessere

Lernergebnisse, aber die Motivation der Studierenden und das Interesse an dem Fachgebiet werden dadurch verstärkt (Schmidt 1988, 35 f.).

Diese allgemeinen Ziele und Einsatzzwecke der Fallstudie, die als (vor allem von der Betriebswirtschaftslehre geprägte) Lehrmethode aus weiteren später erläuterten Teilmethoden besteht, lassen sich je nach Entstehungshintergrund und Art der Problemstellung in mehrere Methodenformen klassifizieren (Kaiser 1983, 21 f.; Thom, Zaugg und Wenger 2000, 5 f.), woraus „Case-Study-Method“ (Entscheidungsfall) entnommen wurde: Die klassische um 1900 an der Harvard University entwickelte Methode enthält als Ausgangslage eine mehr oder minder umfangreiche Beschreibung aus dem Wirtschaftsleben (z. B. ein Unternehmen) mit möglichst vielen Fakten, Meinungen und Erwartungen, die ein bestimmtes Entscheidungsproblem verdeutlichen. Aufgabe ist es, neben der detaillierten Problemanalyse nach optimalen Lösungsalternativen zu suchen und diese zu begründen.

Mit dieser Typologie von Fallstudien wird deutlich, dass diese von ihrer Entstehung und Ausrichtung stark von den Wirtschaftswissenschaften geprägt und dort am meisten verbreitet sind.

Auch aus der ökonomischen Tradition hat sich als Lernmethode das Planspiel entwickelt, das dort als Business Game oder Simulationsspiel verstanden wird. Es geht dabei auf der Basis einer komplexen, in der Regel fiktiven Fallsituation um die Simulation von unternehmensbezogenen Entscheidungsprozessen – die meist für Führungskräfte alternative Vorgehensweise bei Betriebsabläufen, Konfliktsituationen oder Marktvorgängen verdeutlichen sollen. Neben der Vermittlung und Vermehrung von Fachwissen stehen das zeitlich variierende Training und die Überprüfung von Führungsverhalten, von der Organisation und Planung bis zu Kommunikation und Kontrolle im Mittelpunkt dieser Planspiele.

Mit dieser Anwendungskombination von betriebswirtschaftlichem Know-how und Management-Techniken unterscheiden sich Planspiele deutlich von den ökonomisch ausgerichteten Fallstudien. Diese sind wesentlich mehr auf die Problemerkennung und -lösung abgestellt, während die Planspiele noch einen stark personenabhängigen Handlungsaspekt hinzufügen, der in seiner Simulation verschiedene Entscheidungsfolgen aufzeigt.

Eine andere Ausrichtung von Planspielen wird in sozialen Praxisfeldern, insbesondere im Bildungsbereich vorgenommen. Wesentlich stärker als andere Lernmedien und -umgebungen werden mit der Planspiel-Methode sozial-interaktives Engagement von den Beteiligten verlangt, die Einbeziehung von Improvisation und Flexibilität, Spontaneität und Kreativität in die gruppenweise Zusammenarbeit geübt. Denn die „Quasi-Realität“ (Heckhausen 1978, 140, zitiert nach Klippert 2000, 20) fordert von den Mitspielenden die Kenntnis und zugleich Umsetzung von Fachwissen in Handlungswissen, wobei im Zusammenhang des Sich-hinein-versetzens in eine eher modellhafte Realität diese selbst analysiert und gleichzeitig mitgeschaffen wird. Die „Als-ob-Situation tatsächlicher oder potentieller Geschehnisse“ (Klippert 2000, 20) bietet mit ihren Merkmalen der Offenheit, Wirklichkeitsnähe, Handlungsorientierung und Problemlösung entscheidende Vorteile gegenüber einer rational-kognitiven Wissensvermittlung etwa über Kommunikationsansätze in Konfliktsituationen.

Alle diese aufgeführten didaktischen Schwerpunkte und Merkmale von Fallstudie und Planspiel wurden in der im Folgenden erläuterten Fallkonstruktion weitgehend berücksichtigt, um somit den Masterstudierenden eine realitätsnahe und aktuelle Thematik – Dachlabel für nachhaltig erzeugte Lebensmittel – vorzulegen, die in ihrer Ausarbeitung der wissenschaftlichen Zusammenhänge völlig offen war.

3.2 Vorgaben und Vorgehensweise im Masterstudiengang

Vor diesem didaktischen Hintergrund wurde für die Fallkonstruktion die (fiktive) Situation angenommen, dass die damalige Bundesministerin für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz einen wissenschaftlichen Beirat mit der Aufgabe einsetzt, ein Dachlabel für Lebensmittel zu entwickeln, das alle wichtigen Aspekte der Nachhaltigkeit wie Gesundheit, Umweltwirkungen, Soziales und Tierschutz berücksichtigt. Dieser Vorschlag wäre mit seiner wissenschaftlichen Begründung dem Bundesministerium abschließend vorzulegen.

Aufgrund der oben erläuterten didaktischen Prinzipien von Fallstudie und Planspiel wurde der Ablauf in mehrere Phasen aufgeteilt, in denen die Studierenden in ihrer Rolle als Experten des Beirats in verschiedenen

Teams zusammenarbeiteten. Die Studierenden bringen durch ihr bisheriges Bachelor- bzw. Masterstudium entsprechende Voraussetzungen zur Nachhaltigkeitsforschung mit, da sowohl an der Fachhochschule Münster als auch an der Hochschule Osnabrück in Forschung und Lehre diesem Schwerpunkt nachgegangen wird. Außerdem ist der gemeinsame Masterstudiengang genau für diesen Zusammenhang von Nachhaltigkeit in Produktion und Konsum aufgebaut worden (vgl. Fachhochschule Münster 2014).

Nach einem Vorbereitungstag zur Vermittlung der Rahmenbedingungen und der Problemdimensionen dieses Falls wurden die 30 Studierenden in einzelnen Phasen mit unterschiedlichen Arbeits- und Lehrmethoden wie folgt begleitet (vgl. zum Folgenden Michel-Fabian, Kolffhaus und Teitscheid 2012):

- **Informationsphase:** Erstellung eines Expertenhandbuchs mit allen relevanten Informationen zum Labeling, aufgeteilt in Gruppen nach den Aspekten Umwelt, Gesundheit, Soziales, Tierschutz sowie Labelingprozess allgemein, um so die Anforderungen an ein Dachlabel in den Grundlagen arbeitsteilig zu analysieren.
- **Strategiephase:** Zusammenführung der Teilaspekte in gemischten Gruppen mit jeweils einem Experten aus der Informationsphase mit dem Ziel, die Arbeitsschritte für ein Dachlabel für Lebensmittel gemeinsam festzulegen.
- **Umsetzungsphase:** Inhaltliche Ausgestaltung des Dachlabels in Form eines Fachgutachtens der in der vorigen Phase konstituierten Gruppe, das die Kriterien sowie deren Gewichtung, das Design und die Kommunikation des Labels darstellt und begründet.
- **Bewertungsphase:** Präsentation, Diskussion und Bewertung der einzelnen Gutachten zum Dachlabel zur Reflexion und Optimierung des eigenen Entwurfs.

Eine Phase der Überarbeitung bzw. Dokumentation der bisher geleisteten schriftlichen Vorlagen wie das Expertenhandbuch sowie eine schriftliche wie mündliche Evaluation mit allen Studierenden und Lehrenden schloss dieses Mastermodul ab.

Mit diesen inhaltlichen und organisatorischen Vorgaben war diese Fallstudie adäquat auf dem Niveau eines Masterstudiums angesiedelt. Durch den regelmäßigen Wechsel von Kontakt- und Selbststudium sowie die Coaching-Rolle der beteiligten Lehrenden, z. B. in Form von „Beratungsgutscheinen“, waren

auch die Lernziele auf dieser Qualifikationsstufe: Die Studierenden sollten zum einen die Kompetenz erlangen, auf formaler und struktureller Ebene möglichst selbstständig Fragestellungen und Problemsituationen aus der Praxis zu bearbeiten und zu lösen. Zum anderen sollte die Fähigkeit vermittelt werden, ein komplexes Nachhaltigkeitsthema inhaltlich angemessen und wissenschaftlich begründet auszuarbeiten.

Sowohl aus Sicht der beteiligten Studierenden als auch der Lehrenden waren diese Modulziele nicht nur optimal passend und sehr gut erreichbar, sondern sie konnten aufgrund der Fallkonstruktion und der Ablaufphasen in realistischer, d. h. praxisadäquater Weise umgesetzt werden, was dazu geführt hat, dass dieses Modul in ähnlicher Weise wieder (im Sommersemester 2014) angeboten wurde.

3.3 Ergebnisse der Fallstudie

Auf der Basis der verschiedenen Forschungsexpertisen der Fallstudienteilnehmer sind die Empfehlungen zu einem Dachlabel für nachhaltig erzeugte Lebensmittel in zwei Richtungen zu differenzieren: Einmal für den Labelingprozess selbst und zum anderen für die Kriterien in dessen einzelnen Kennzeichnungsfeldern. Dabei wird im Folgenden nach der Entwicklung und den Problemen eines solchen Labels gefragt (vgl. hierzu die unten angeführten Gutachten der Masterstudierenden)¹.

-
- 1 Abeln/Held/Grippentrog/Potthoff/Reuter: Beratendes Fachgutachten für ein umfassendes und nachhaltiges Dachlabel Food
 Brinkmann/Buddenkotte/Kemmerling/Spindler/Weidlich: Beratendes Fachgutachten: Nachhaltigkeitsdachlabel für Nahrungsmittel
 Groß/Hilke Kosack/Rogge/Thiemer: Fachgutachten zur Entwicklung eines nachhaltigen Dachlabel für Nahrungsmittel: Konfliktpotenziale, Herausforderungen und Empfehlungen zur Berücksichtigung in den Bereichen Umwelt, Soziales, Gesundheit
 Erdmann/Niepagenkemper/Ochtrup/Scholz/Wessels: Beratendes Fachgutachten für ein Nachhaltigkeitslabel für Lebensmittel
 de Groot/Holthaus/Olchowski/Schmidt/Schmidtke: Beratendes Fachgutachten „Konzipierung eines Nachhaltigkeitsdachlabel für Nahrungsmittel“
 Frieling/Heckmann/Peters/Rechenberger/Scheiper: Beratendes Fachgutachten zum Nachhaltigkeitsdachlabel
 Abeln/Brinkmann/u.a.: Expertenhandbücher Labellprozess. Umwelt. Soziales. Gesundheit. Tierschutz (alle Münster 2012/2013, als Manuskript vervielfältigt)

3.3.1 Aufbau und Kriterien

Die auch im Gutachten thematisierten Rechtsgrundlagen für die Einführung eines Dachlabels (vgl. Eberle et al. 2011, 3 ff.) sind sowohl auf EU-Ebene als auch auf nationaler Ebene in weiten Teilen vorhanden, da die Lebensmittelkennzeichnung, gerade 2013 überarbeitet, in detaillierter Weise wie z. B. als Lebensmittelinformations- oder Lebensmittelkennzeichnungs-Verordnungen oder auch beim EU-Bio-Siegel entsprechende Voraussetzungen liefert. Vor diesem Hintergrund wäre ein staatlich initiiertes bzw. getragenes Label am ehesten geeignet, weil es von wirtschaftlichen oder verbandspolitischen Interessen unabhängig sein würde und eine eindeutig rechtliche Grundlage aufweisen könnte. Mehr als sinnvoll wäre es, wenn das Dachlabel gemeinsam mit den EU-Institutionen entwickelt würde, was aber sicherlich einen sehr langen Vorlauf bei der Abstimmung der Label-Inhalte verlangen würde und daher einen nationalen Vorstoß auf freiwilliger Basis machbarer erscheinen lässt.

Eine weitere Vorgabe dieses Dachlabels – und damit ein weiteres Argument für die staatliche Initiierung – sollte nach Erkenntnissen aus der Fallstudie sein, dass an sinnvollen Prozessschnittstellen der gesamten Wertschöpfungskette von Lebensmittelproduktion und -verarbeitung unangemeldete Kontrollen durch externe, unabhängige Prüfstellen erfolgen und dokumentiert werden sollten, wobei die Ergebnisse in einer zentralen Prüfungsdatenbank gesammelt und dann für risikoorientierte Kontrollen verwendet werden könnten. Insgesamt lassen sich als Grundlagen z. B. die weitgehend ausgearbeiteten Modelle wie „Lifecycle Assessment“ oder „Ökoeffizienz-Analyse“ (DIN EN ISO 140 45) verwenden (vgl. Karlsruher Institut für Technologie 2014).

Die besondere Herausforderung für ein Lebensmittel-Dachlabel liegt – so die Befunde in den Expertisen – in der Entwicklung eines Katalogs von messbaren Kriterien mit mehreren Kennzahlen für die Bereiche Gesundheit, Soziales, Umweltauswirkungen und Tierschutz, die über die (gesetzlichen) Mindestanforderungen stufenweise hinausgehen sollten. So wäre auch gewährleistet, dass Profilierungen einzelner Bereiche durch einen kontinuierlichen Weiterentwicklungsprozess oder durch technische Innovationen beim Labeling künftig berücksichtigt werden könnten.

Stellvertretend (und mehr zusammenfassend) für die Vielzahl der erhobenen Kriterien und deren Messbarkeit sind folgende Übersichten (aus den Arbeiten der Masterstudierenden anzusehen, die in exemplarischer Weise verdeutlichen, wie aufwändig eine wesentlich systematischere Entwicklung solcher Indikatoren sein wird:

Dieser nur knappe Ausschnitt der Kriterien-Entwicklung für ein Dachlabel verdeutlicht, was bisher nur in Ansätzen vorhanden ist und im Zusammenwirken mit den verschiedenen Anspruchsgruppen noch weiter auszubauen wäre, und zeigt somit die Problematik eines solchen umfassenden Labeling für nachhaltig erzeugte Lebensmittel.

3.3.2 Probleme und Grenzen eines Dachlabels

Ein weiteres Ergebnis der Recherchen in dieser Fallstudie war, dass die einzelnen Kennzeichnungsfelder sehr unterschiedlich von vorhandenen Qualitätszeichen oder Prüfsiegeln unterlegt sind und sich damit ausgesprochen ungleichgewichtig darstellen. Am häufigsten sind solche Labels für das Feld „Umwelt“ vorhanden, die Anzahl bei „Soziales“ liegt im Mittelfeld, während im Kennzeichnungsfeld „Gesundheit“ nur wenige Labels verzeichnet sind.

Dieses letztgenannte Feld weist zudem eine besonders gewichtige Problematik auf, die für die Kriterienbildung einige deutliche Abgrenzungen mit sich bringen wird: So können Lebensmittel wie Obst und Gemüse nicht per se als für dieses Kennzeichnungsfeld förderlich angesehen werden, da auch bei ihrem Anbau und ihrer Verarbeitung Gesundheitskriterien anzulegen sind. Das Gleiche gilt für das häufig hoch verarbeitete „Functional Food“, dem ja explizit besonders gesundheitsfördernde Eigenschaften zugewiesen werden (Gedrich, Karg und Oltersdorf 2005).

Auf ähnlicher Ebene liegen die Probleme bei der Abgrenzung der Lebensmittelgruppen. Strittig war in den Gutachten der Masterstudierenden die Einbeziehung von Genussmitteln wie Wein oder Bier, die auch ökologisch erzeugt werden können, aber zugleich gesundheitliche Risiken aufweisen. Das Gleiche gilt für Schokolade und andere Süßigkeiten, bei denen Ausschlusskriterien für ein Dachlabel denkbar wären, die sich z. B. aufgrund des Zucker- oder Fett-

Kennzeichnungs-feld	Kriterium (nur Beispiele)	Kennzahlen u.a. (in sehr unterschiedlicher Quantität)
Umwelt (insgesamt 10 Kriterien)	1) pflanzliche Erzeugung	Düngemittel, Erhaltung der Biodiversität, Flächenversiegelung, Pflanzenschutz
	2) tierische Erzeugung	Haltungsform, Nutzung erneuerbarer Energieträger
	3) Futtermittel	Herstellung, Art des Anbaus
	4) pflanzliche Rohstoffe	Verarbeitungshilfsstoffe, Abfallanfall
	5) Verarbeitungsprozesse	Abwasserreinigung, Energieverbrauch
	6) Beförderung/Lagerung	Transportaufwand, Reinigungsmittel
Soziales (insgesamt 10 Kriterien)	1) freie Arbeitswahl	keine Zwangs-/Pflichtarbeit
	2) Gleichstellung	Verbot/Beseitigung von Diskriminierung
	3) Kinderrechte	Abschaffung der Kinderarbeit (bis 15 Jahre)
	4) Verträge	Handelsverträge mit Abnahmegarantie
	5) Arbeitsschutz	Sicherheitsvorrichtungen, Weiterbildung, betriebliche Gesundheitsförderung,
	6) Corporate Social Responsibility	freiwillige Unternehmensverantwortung
Tierschutz (insgesamt 13 Kriterien)	1) Zuchtziele	hohe Lebensleistung, regionale Rassen
	2) Auswahl/Fortpflanzung	angepasste Tierrassen, kein Embryotransfer, möglichst Natursprung
	3) Mutter-/Jungtiere	ausreichende Gesamtflächen, Streu
	4) Fütterung	artgerechtes Futter, kein Einsatz gentechnisch veränderter Futtermittel
	5) Tiergesundheit	beschränkter Medikamenteneinsatz
	6) Transport	kurze Lebendtransporte, angemessene Platzgröße/ Deckenhöhe
Gesundheit (insgesamt 5 Kriterien)	1) Düngemittel	Einhaltung der Vorschriften des ökologischen Landbaus (EG-Öko-VO)
	2) Pflanzenschutzmittel	Beachtung der Höchstwerte/ -mengen
	3) Einsatz von Nanotechnologie/Verpackungen	ständige Überprüfung auf gesundheitliche Unbedenklichkeit
	4) Lebensmittelzusatzstoffe	kein Einsatz von sog. Azofarbstoffen, nur die in EG-Öko-VO zugelassene Stoffe

Abbildung 2: Auswahl von Kriterien für ein Lebensmittel-Dachlabel (eigene Darstellung aus den Gutachten der Fallstudie)

gehalts eines Lebensmittels ergeben können. Nur wo sollte die Grenze liegen? Bei 50 Prozent oder weniger?

Einfacher als diese Fragen ist das Labeling bei zusammengesetzten Produkten zu lösen wie bei Milch- oder Wurstprodukten. Hier könnten – so die Vorschläge aus den Expertisen – in Analogie zu anderen Zeichen wie beim Regional- oder Bio-Siegel die Zutaten anteilmäßig berücksichtigt werden: Die Hauptzutat müsste zu 100 Prozent nachhaltig produziert werden; beträgt diese weniger als 60 Prozent, so müssen die weiteren Zutaten jeweils zu 100 Prozent aus nachhaltiger Produktion stammen.

Generell sollten solche Probleme oder Widersprüche bei der Vergabe des Dachlabels in einem übergeordneten Fachgremium (aus verschiedenen Interessengruppen) beraten und entschieden werden, das auf wissenschaftlicher Grundlage dem Labelgeber eine eindeutige Kriterienlösung vorschlägt. Denn ohne eine solche Begleitung und Klärung könnte ein solches Dachlabel an Transparenz und Akzeptanz verlieren, was den gewünschten Gesamteffekt eines möglichst vertrauenswürdigen und breit genutzten Labels zuwiderlaufen würde.

Von da aus ist es – nach Überzeugung aller Fallstudien-Beteiligten – wichtig, dass ein solches Dachlabel bei seiner Einführung von einer zielgruppenspezifischen, multimedialen und langfristigen Kommunikationsstrategie begleitet wird. Dazu gehören Maßnahmen in Massenmedien wie Anzeigen- und Plakatkampagnen und, je nach Finanzrahmen, auch Fernseh-, Kino- oder Radiospots, aber auch die Nutzung digitaler Medien wie Webseiten, Apps oder die Verknüpfung mit „Social Networks“.

4 Von der Notwendigkeit eines Dachlabels für Lebensmittel – verbraucherpolitische Empfehlungen

Die Ergebnisse der hier vorgestellten Fallstudie zeigen die inhaltlichen Schwerpunkte und Realisierungschancen für ein neues umfassendes Label im Lebensmittelbereich auf, aber gleichzeitig auch die bei der Umsetzung anfallenden Herausforderungen, die vor allem im Detail einer möglichst ganzheitlichen und zugleich widerspruchsfreien Ausgestaltung bestehen. Von diesem grundsätzlichen Entwicklungspotential aus sind in Hinblick auf die gegenwärtige Verbraucherpolitik folgende, thesenartig zugespitzte Empfehlungen zu formulieren:

- Die Notwendigkeit eines übergreifenden Dachlabels für Lebensmittel, insbesondere mit Nachhaltigkeitsdimension, wird bei jeder Einführung eines Labels in diesem Bereich immer größer. Denn die Desorientierung bei Verbrauchern aufgrund des „Label-Dschungels“ wächst ständig. Die gezielte Verbraucherinformation als ein politisches Instrument ist damit längst überfordert, weil sie immer neues bzw. detaillierteres Labelwissen vermitteln muss.
- Die mit einem neuen Dachlabeling verbundene (oder besser versprochene) Informationsentlastung von Verbrauchern wäre gerade aus verbraucherpolitischer Sicht eine wichtige Verbesserung der Kompetenz bei Konsumentscheidungen. Es wäre damit auch eine deutliche Stärkung der Nachfragerrolle im marktwirtschaftlichen System, was zumindest das Ziel der derzeitigen staatlichen Verbraucherpolitik ist.
- Gerade in dynamischen und unübersichtlichen Märkten mit ihren weltweiten Warenströmen wie bei den Lebensmitteln, die zentral von den Vertrauenseigenschaften bei den Produkten bestimmt sind, wäre eine aktualisierte und größere Transparenz eindeutig – auch im Sinne des Verbraucherschutzes und seiner Interessensorganisationen – zielführend. Denn dies könnte durch ein stark vertrauenswürdigen, einfach verständliches und weitverbreitetes Dachlabel für Lebensmittel gewährleistet werden.

Mit diesen verbraucherpolitischen Handlungszusammenhängen werden auch die Zukunftsperspektiven der Lebensmittel- und der Nachhaltigkeitskennzeichnung sichtbar: Eine entsprechende Labeling-Strategie ist mehr als überfällig und sollte – gegebenenfalls auf Druck der Verbraucherorganisationen wie den Verbraucherzentralen – aus dem Stadium der politischen Absichtserklärungen herausgeführt werden. Dazu sollten im Vorwege die angedeuteten Herausforderungen für ein nachhaltiges Lebensmittel-Dachlabel sowie die offenen Fragen in einem öffentlich geförderten Ad-hoc-Forschungsprogramm systematisch aufgearbeitet und beantwortet werden. Denn nur so lassen sich die Prinzipien, Vorteile und Bedingungen eines derartigen Labeling unabhängig und zukunfts offen bestimmen.

Literatur

- Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV). *Verbraucherpolitischer Bericht der Bundesregierung*. Berlin: BMELV. http://www.bmelv.de/SharedDocs/Downloads/Broschueren/VerbraucherpolitischerBericht2012.pdf?__blob=publicationFile.
- Die Verbraucher Initiative e.V. (Bundesverband). Label-Online – Das Portal mit Informationen und Bewertungen zu Labeln in Deutschland. www.label-online.de (Zugriff: 18.11.2014).
- Eberle, Ulrike, Achim Spiller, Tilman Becker, Alois Heißenhuber, Ingrid-Ute Leonhäuser und Albert Sundrum. 2011. *Politikstrategie Foodlabeling, Gemeinsame Stellungnahme der Wissenschaftlichen Beiräte für Verbraucher- und Ernährungspolitik sowie Agrarpolitik des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz*. http://www.bmelv.de/SharedDocs/Downloads/Ministerium/Beiraete/Verbraucherpolitik/2011_10_PolitikstrategieFoodLabelling.pdf?__blob=publicationFile (Zugriff: 18.11.2014).
- Fachhochschule Münster. 2014. Fachbereich Oecotrophologie; Facility Management – Master NDuE – FH Münster. 15. Januar. https://www.fh-muenster.de/fb8/studienbewerbung/masterstudiengang_bewerber.php (Zugriff: 15.2.2014).
- Gedrich, Kurt, Georg Karg und Ulrich Oltersdorf. 2005. Functional Food – Forschung, Entwicklung und Verbraucherakzeptanz. In: *Berichte der Bundesforschungsanstalt für Ernährung und Lebensmittel*, 1: Karlsruhe:

- Bundesforschungsanstalt für Ernährung und Lebensmittel. http://www.mri.bund.de/fileadmin/Veroeffentlichungen/Archiv/Schriftenreihe_Berichte/bfel1.pdf.
- Heckhausen, Heinz. 1978. Entwurf einer Psychologie des Spielens. In: *Das Kinderspiel*, hg. von Andreas Flitner, 138–155. München: Piper.
- Kaiser, Franz Josef. 1983. *Die Fallstudie: Theorie und Praxis der Fallstudien-didaktik*. Bad Heilbrunn: Klinkhardt.
- Karlsruher Institut für Technologie. 2014. Netzwerk Lebenszyklusdaten – Home. <http://www.netzwerk-lebenszyklusdaten.de/cms/content> (Zugriff: 15.2.2014).
- Klippert, Heinz. 2000. *Planspiele: Spielvorlagen zum sozialen, politischen und methodischen Lernen in Gruppen*. Weinheim: Beltz.
- Kroeber-Riel, Werner und Peter Weinberg. 1999. *Konsumentenverhalten*. 7. Auflage. München: Vahlen Franz GmbH.
- Kupp, Martin. 2008. Öko-Labeling. In: *Betriebliches Umweltmanagement: Nachhaltiges Wirtschaften in Unternehmen*, hg. von Annett Baumast und Jens Pape, 233–240. 3. Auflage. Stuttgart: Ulmer.
- Michel-Fabian, Petra, Stephan A. Kolffhaus und Petra Teitscheid. 2012. *Handbuch für Studierende. Modul Fallstudien. Nachhaltigkeitsdachlabel für Nahrungsmittel*. Münster.
- Müller, Martin, Alexander Moutchnik und Ines Freier. 2008. Standards und Zertifikate im Umweltmanagement und im Sozialbereich. In: *Betriebliches Umweltmanagement: Nachhaltiges Wirtschaften in Unternehmen ; 30 Tabellen*, hg. von Annett Baumast und Jens Pape, 47–63. 3. Auflage. Stuttgart: Ulmer.
- Sackmann, Christina. 2007. Methoden-Training als Unterrichtsentwicklung. In: *Unterrichtsqualität und Fachdidaktik*, hg. von Karl-Heinz Arnold, 273–297. Bad Heilbrunn: Klinkhardt.
- Schmidt, Sabine. 1988. *Rollenspiel, Fallstudie, Planspiel: Darstellung und Vergleich der Lehrmethoden*. München: Hampp.
- Schoenheit, Ingo. 2005. Der subjektive Informationsbedarf der Konsumenten: Kommentar und Thesen zu einer im Auftrag des vzbv erarbeiteten Studie. In: *Wirtschaftsfaktor Verbraucherinformation die Bedeutung von Information für funktionierende Märkte*, hg. von Verbraucherzentrale Bundesverband e. V., 13–27. Berlin: BWV.
- SPD, CDU Deutschland und CSU-Landesleitung. 2013. Deutschlands Zukunft gestalten, Koalitionsvertrag zwischen CDU, CSU und SPD, 18. Legislatur-

- periode. Union Betriebs-GmbH, 16. Dezember. http://www.spd.de/linkableblob/112790/data/20131127_koalitionsvertrag.pdf (Zugriff: 15.2.2014).
- Thom, Norbert, Robert J. Zaugg und Andreas P. Wenger. 2000. *Fälle zu Organisation und Personal: Didaktik – Fallstudien – Lösungen – Theoriebausteine*, hg. von Norbert Thom, Robert J. Zaugg und Andreas P. Wenger. 3. überarbeitete und ergänzte Auflage. Bern: Haupt.
- Verbraucherrat des Deutschen Institut für Normung. 2008. *Umweltdeklarationen von Produkten. Wahrnehmung, Interpretation und Erwartungen von Verbrauchern*. Berlin.