Verbraucherforschung 5



Boltz | Bruhn | Gröppel-Klein | Hellmann [Hrsg.]

Marke, Nachhaltigkeit und Verbraucherpolitik

Die Gewährleistungsmarke im Spannungsfeld zwischen Unternehmen, Konsumenten und Regulierung

Nomos

edition sigma

https://www.nomos-shop.de/isbn/978-3-8487-7261-2

Verbraucherforschung

herausgegeben vom

Koordinierungsgremium des Bundesnetzwerks Verbraucherforschung gefördert vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz

Band 5

https://www.nomos-shop.de/isbn/978-3-8487-7261-2

Dirk-Mario Boltz | Manfred Bruhn
Andrea Gröppel-Klein | Kai-Uwe Hellmann [Hrsg.]

Marke, Nachhaltigkeit und Verbraucherpolitik

Die Gewährleistungsmarke im Spannungsfeld zwischen Unternehmen, Konsumenten und Regulierung

Nomos

edition sigma

https://www.nomos-shop.de/isbn/978-3-8487-7261-2

© Titelbild: Luecken-Design.de

Die Veröffentlichung der Druckausgabe sowie die Open Access-Veröffentlichung der elektronischen Fassung wurde ermöglicht mit Unterstützung durch das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz.

Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit
und Verbraucherschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.d-nb.de abrufbar.

edition sigma in der Nomos Verlagsgesellschaft

1. Auflage 2022

© Die Autoren

Publiziert von
Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Waldseestraße 3–5 | 76530 Baden-Baden
www.nomos.de

Gesamtherstellung:
Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Waldseestraße 3–5 | 76530 Baden-Baden

ISBN (Print): 978-3-8487-7261-2
ISBN (ePDF): 978-3-7489-1271-2

DOI: https://doi.org/10.5771/9783748912712

Onlineversion
Nomos eLibrary

Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung – Nicht kommerziell – Keine Bearbeitungen 4.0 International Lizenz.

https://www.nomos-shop.de/isbn/978-3-8487-7261-2

Inhalt

Vorwort 9

Dirk-Mario Boltz, Manfred Bruhn, Andrea Gröppel-Klein, Kai-Uwe Hellmann
Gewährleistungsmarke, Nachhaltigkeit und Verbraucherpolitik: Zur Einführung 11

§ 106a Gewährleistungsmarken 23

Die Gewährleistungsmarke: Erfolgsprinzipien zwischen Eigenanspruch und Fremdzertifizierung

Ingo Balderjahn
Anti-Consumption und Nachhaltigkeit 29

Jörg Königstorfer
Licensing-effekte beim Kauf und Konsum von Lebensmitteln 41

Gewährleistungsmarke und Verbraucherpolitik

Kathrin Loer
Wie kommt es zur Gewährleistungsmarke? Einordnung und Erklärung der (verbraucher-)politischen Entscheidungen für ein besonderes Steuerungsinstrument 53

Mary-Rose McGuire
Die Gewährleistungsmarke zwischen Schutzrecht und Verbraucherschutz 67

https://www.nomos-shop.de/isbn/978-3-8487-7261-2

Gewährleistungsmarke: Garantie für mehr Nachhaltigkeit? Die Praxis

Paul Lange
Die Gewährleistungsmarke. Besonderheiten und Vorteile 81

Norbert Lux und Sabine Kästner
GREEN BRAND – eine geschützte EU-Gewährleistungsmarke für ökologische Nachhaltigkeit 91

Zur Bedeutung der Gewährleistungsmarke aus Sicht der Verbände

Christian Köhler
Die Gewährleistungsmarke aus Sicht des Markenverbandes 109

Jens Lönneker
Die Gewährleistungsmarke aus Sicht der Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens e. V. 115

Autoren- und Herausgeberverzeichnis 125

https://www.nomos-shop.de/isbn/978-3-8487-7261-2

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Gütesiegel GREEN BRAND 93

Abbildung 2: GREEN-BRAND-Validierungsprozess 97

Abbildung 3: Übersicht über die von lavera genutzten Zertifizierungen und Private Labels 101

Abbildung 4: Akkumulierte Ergebnisse in den Kategorien „Unternehmen“ und „Dienstleister“ 2010–2020 104

https://www.nomos-shop.de/isbn/978-3-8487-7261-2

https://www.nomos-shop.de/isbn/978-3-8487-7261-2

Vorwort

Die Gewährleistungsmarke, die auf eine EU-Initiative hin im Jahr 2017 eingeführt worden war, steht in Deutschland seit 2019 zur Verfügung. Hauptmerkmale sind Neutralität, Überwachung/Kontrolle und Transparenz für bestimmte Sach- oder Dienstleistungsversprechen, für welche der Rechtsschutz einer Gewährleistungsmarke in Anspruch genommen wird. Damit empfehlen sich Gewährleistungsmarken vor allem auch verbraucherpolitisch, man denke nur an Nachhaltigkeit in der Lieferkette. Doch wie ist die Wirkung dieses Instruments genau einzuschätzen? Welche Erfahrungen wurden damit schon gemacht? Und wie sind Gewährleistungsmarken markentechnisch, kundenorientiert und verbraucherpolitisch zu bewerten?

Am 5. Juli 2021 fand dazu eine Online-Tagung an der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin (HWR) in Kooperation mit der TU Berlin statt. Veranstalter waren Prof. Dr. Dirk-Mario Boltz (HWR), Prof. Dr. Manfred Bruhn (Universität Basel), Prof. Dr. Andrea Gröppel-Klein (Universität Saarbrücken) und Prof. Dr. Kai-Uwe Hellmann (TU Berlin).

Zweck der Veranstaltung war es, Experten aus den Gebieten Marketing, Nachhaltigkeitspraxis, Verbände und nicht zuletzt Verbraucherpolitik ‚an einem Tisch' zu versammeln, um sich erstmals über die grundsätzliche, vor allem aber verbraucherpolitische Nützlichkeit der Gewährleistungsmarke auszutauschen. Die Veranstaltung konnte einen solchen interdisziplinären Austausch höchstens anstoßen und Anregungen für weitere Debatten erarbeiten. Der hiermit vorliegende Tagungsband richtet sich in erster Linie an die Verbraucherpolitik sowie an alle, die zukünftig mit der Institution der Gewährleistungsmarke (verbraucherpolitisch verantwortlich) umgehen wollen.

Die Tagung und diese Tagungsdokumentation wurden vom Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV), danach vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV) großzügig gefördert und von der Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens e. V. (G·E·M) ideell begleitet. Die Inspiration für diese Initiative stammt übrigens von Prof. Dr. Peter Kenning. Ihnen allen sind wir gleichermaßen zu Dank verpflichtet wie allen beteiligten Autorinnen und Referentinnen.

https://www.nomos-shop.de/isbn/978-3-8487-7261-2

Darüber hinaus geht ein besonderes Dankeschön für die großartige Unterstützung, nicht zuletzt was die fristgemäße Abwicklung dieses Tagungsprojekts angeht, an die Mitglieder des Gremiums des Bundesnetzwerks Verbraucherforschung sowie namentlich an Frau Dr. Hilal Berk, Frau Beate Beckert, Frau Désirée Böttcher und Herrn Stefan Kubat vom BMJV, Frau Silke Kirchhof vom Institut für Soziologie der TU Berlin und Frau Dominique Schneider von der Forschungsabteilung der TU Berlin.

Basel, Berlin und Saarbrücken im Februar 2022
Dirk-Mario Boltz, Manfred Bruhn, Andrea Gröppel-Klein und Kai-Uwe Hellmann