



## Qualitätssiegel für „grüne“ Dienstleistungen

### Einheitliche Qualitätsmaßstäbe mit der neuen Unionsgewährleistungsmarke

Das Umdenken der Verbraucher mit Blick auf ökologische, also „grüne“ Produkte setzt sich in der Forderung nach „grünen“ Dienstleistungen fort. Weil sich die Art und Weise der Erbringung je nach Art der Dienstleistung für den Abnehmer oft noch schwerer verifizieren lässt als bei Produkten, kann mit einer Unionsgewährleistungsmarke Vertrauen geschaffen werden.

Oktober 2017, Dr. Gösta Schindler

## Nachfrage nach „grünen“ Produkten und Dienstleistungen

Ein großes britisches Finanzhaus teilte jüngst in einer Pressemitteilung mit, einen „green fund“ aufzulegen, dessen Erträge zur Finanzierung umweltfreundlicher, energieeffizienter Wohnungsneubauten dienen sollte. Diese Entwicklung ist nicht neu. Unternehmen bemerken, dass ökologisches Denken und Nachhaltigkeit bei Produkten für Verbraucher eine große Rolle spielen und nehmen diesen Trend im Dienstleistungsbereich auf. Ökostrom- und Carsharing-Angebote sind nur einige Ausprägungen, „grüne“ Aktienfonds ein anderes Beispiel.

## Anspruchshaltung der Verbraucher nach Transparenz und Nachprüfbarkeit als Herausforderung

Das reine Versprechen eines nachhaltigen Produktes oder einer „grünen“ Dienstleistung genügt vielen Verbrauchern heute allerdings nicht mehr. Informationen werden eingeholt und gefordert, Werbeversprechen überprüft. Der Grad des Aufwandes, den ein Verbraucher hier treibt, variiert dabei sicherlich (auch) in Abhängigkeit von den Anschaffungskosten des Produkts oder der Dienstleistung und

der Zeitdauer, für die sich der Verbraucher bindet. Für die Prüfung, ob ein Apfel wirklich „bio“ ist, wird der Verbraucher weniger Zeit aufwenden als für die Prüfung, ob der Aktienfond, in den er investieren möchte, wirklich nur in nachhaltigen, öko-freundlichen Unternehmen engagiert ist.

Neben der Entwicklung „grüner“ Dienstleistungen stellt es sich damit als Herausforderung für die Unternehmen dar, die Nachprüfbarkeit des Werbeversprechens „grün“ zu ermöglichen. Dies kann einen großen Aufwand – Zeit und Geld – bedeuten.

## Unionsgewährleistungsmarken als Gütesiegel können Transparenz und Vertrauen schaffen

Die zum 1. Oktober 2017 eingeführte Unionsgewährleistungsmarke (UGM) eröffnet Chancen:

Mit einer solchen Marke versehene Dienstleistungen müssen bestimmte, schon bei der Markenmeldung in einer Satzung definierte Qualitätsanforderungen erfüllen. Der Verbraucher weiß also – ohne sich selbst in die Details einarbeiten zu müssen –, dass die Dienstleistung bestimmte Eigenschaften aufweist oder auf eine bestimmte Art und Weise erbracht wird.

Am Beispiel des „grünen“ Aktienfonds könnte der Verbraucher ohne großen Aufwand anhand der Satzung nachprüfen, ob die für die Arbeit des Fonds angelegten Kriterien auch seinen Ansprüchen nach „grüner Anlage“ entsprechen. Hat er einmal die für die UGM angesetzten Qualitätsmaßstäbe verstanden und für gut befunden, wird er ohne zu zögern auch anderen Dienstleistungen, die mit derselben UGM beworben werden, vertrauen.

Verbraucher können sich so schneller entscheiden, Unternehmen können möglicherweise mit weniger Kommunikationsaufwand mehr erfolgreiche Dienstleistungen lancieren und bewerben.

## Besonderheiten bei der Anmeldung von Unionsgewährleistungsmarken

Wegen des besonderen Zwecks der Gewährleistungsmarke als Qualitätsversprechen hat der Gesetzgeber die Inhaberschaft für UGMs an besondere Voraussetzungen geknüpft. Eine UGM kann nicht von demjenigen angemeldet beziehungsweise besessen oder benutzt werden, der selbst Dienstleistungen (oder Waren) anbietet, die mit der UGM zertifiziert werden sollen – sonst wäre das Neutralitäts- und Qualitätsversprechen der UGM nicht hinreichend abgesichert. Darüber hinaus erfordert die Anmeldung wie bereits erwähnt anders als herkömmliche Individualmarken die Vorlage einer Satzung. Diese muss unter anderem regeln:

- wer zur Benutzung der UGM befugt ist,
- welche Eigenschaften die UGM gewährleistet,
- wie die Einhaltung der gewährleisteten Eigenschaften geprüft wird und
- welche Sanktionen bei Nichteinhaltung der gewährleisteten Standards drohen.

### Handlungsbedarf

Mit der wachsenden Anzahl verfügbarer „grüner“ Dienstleistungen wächst die Notwendigkeit für Transparenz und Überprüfbarkeit. UGMs können diese Transparenz schaffen und damit auch für Dienstleistungsunternehmen einen relevanten Mehrwert erzeugen.

In nahezu jeder Branche können Eigenschaften definiert werden, deren Einhaltung im Sinne eines Qualitätsstandards für die jeweiligen Dienstleistungen förderlich ist. Je eher diese Eigenschaften benannt und Standards definiert werden, desto größer ist die Chance, als erster eine relevante und damit auch werthaltige UGM zur Anmeldung zu bringen.

### Ansprechpartner:

Dr. Gösta Schindler

E-Mail: [schindler@buse.de](mailto:schindler@buse.de) | Tel: +49 40 41999 0

Web Version: <https://buse.de/insights/ugm-als-qualitaetssiegel-fuer-gruene-dienstleistungen/>