

Handlungsfeld Produkt

Schnellcheck

Analysieren Sie die **Art** des Einflusses auf die Biodiversität und finden Sie damit zunächst heraus, wo der größte Handlungsbedarf besteht.

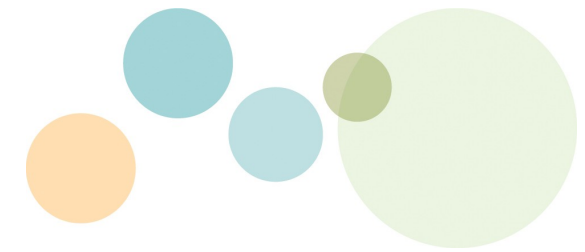
Schätzen Sie den **Grad** (groß, mittel, gering) des Einflusses verschiedener Aspekte Ihrer Produkte bzw. Ihres Produktdesigns auf die Biodiversität ein.

Zur detaillierteren Einschätzung finden Sie in den jeweiligen **Detail-Checklisten** einen Abschnitt zur genaueren **Einflussanalyse** sowie **Hinweise** und hilfreiche **Links**.

Produktaspekte mit möglichen Auswirkungen auf Biodiversität	Einfluss			Art des Einflusses ¹		Bemerkungen	Detail-Checkliste
	groß	mittel	gering	Direkt (inwiefern?)	Indirekt (inwiefern?)		
Entwicklung von Produkten (z.B. energie- und ressourceneffiziente Herstellungsmöglichkeiten, Rücknahmemöglichkeiten und Wiederverwertbarkeit von Produkten bzw. von Produktkomponenten)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>				C 5-1 C 5-2-1
Produkt-Lebenszyklus: Einfluss auf Ressourcenaufwand, Herstellungsprozess, Abfallaufkommen und damit verbundene Umweltauswirkungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>				C 5-1 C 5-2-1

¹ Ein direkter Einfluss besteht, wenn Sie unmittelbar an den jeweils genannten Aspekten (z.B. Konzeptionierung von Produkten) beteiligt sind. Indirekte Einflüsse entstehen z.B. bei der Auslagerung von Design-Dienstleistungen oder beim Bezug von Produkten und Dienstleistungen.

Produktaspekte mit möglichen Auswirkungen auf Biodiversität	Einfluss			Art des Einflusses		Bemerkungen	Detail-Checkliste
	groß	mittel	gering	Direkt (inwiefern?)	Indirekt (inwiefern?)		
Art und Umfang der eingesetzten Materialien	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>				C 5-1 C 5-2-2
Konzept und materielle Eigenschaften von Marketingkomponenten (z.B. Verpackung und Etiketten) an Produkten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>				C 5-1 C 5-2-3
Entwicklung von Dienstleistungen: Berücksichtigung von Biodiversität bei Dienstleistungsprodukten (z.B. Tourismus-Angebote, Finanz- und Handelsdienstleistungen, Veranstaltungen, Gastronomie, Transport)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>				C 5-1 C 5-2-4
Absatzfördernde Maßnahmen/ Marketingstrategien für Produkte u.a. durch Zertifizierung und Labeling von Produkten (z.B. Blauer Engel, FSC, Biosiegel, Ökotext 100, Fairtrade etc.). Transparente Öffentlichkeitsarbeit durch z.B. Nachhaltigkeitsberichte, Broschüren, Internetseiten usw.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>				C 6-1



Detail-Checklisten 5 – Produkte und Produktdesign

Die folgenden Checklisten sind jeweils in einen **Analyse-** und einen **Hinweis-Abschnitt** eingeteilt.

Schätzen Sie zunächst den Einfluss ein, den Sie durch Ihre Produkte bzw. Ihr Produktdesign auf die Biodiversität haben könnten.

Hierzu können Sie in der **Analyse-Checkliste** (C 5–1) mit Hilfe allgemeiner Indikatoren und Bewertungskriterien abschätzen, inwiefern die jeweiligen Aspekte für Sie relevant sind. Eine konkretere Beschreibung des Einflusses können Sie unter „Beschreibung des Einflusses“ vornehmen.

Je nach Relevanz für Ihr Unternehmen bietet Ihnen die zutreffende **Hinweis-Checkliste** (C 5–2) Anregungen für ein unternehmerisches Biodiversitätsmanagement.

C 5–1 Analyse-Checkliste zu Produkten und Produktdesign

[Nach oben](#)

Analysieren Sie die Einflüsse Ihrer Produkte auf Biodiversität und deren mögliche Indikatoren/ Bewertungskriterien, z.B.:

Produktaspekte mit Auswirkungen auf die Biodiversität	Allgemeine Indikatoren/ Bewertungskriterien	Relevanz ²			Beschreibung des Einflusses	Bemerkungen	Hinweis-Checkliste
		hoch	mittel	gering			
Produktentwicklung und der Einfluss auf den Produktlebenszyklus;	„Lebensdauer“ von Produkten	○	○	○			C 5–2–1

² Farbstufungen zur Einschätzung, wie stark der jeweilige Einfluss auf Ihr unternehmerisches Handeln zutrifft bzw. wie hoch demnach die Relevanz der Beachtung des jeweiligen Einflusses für Ihr Unternehmen ist.

Produktaspekte mit Auswirkungen auf die Biodiversität	Allgemeine Indikatoren/ Bewertungskriterien	Relevanz			Beschreibung des Einflusses	Bemerkungen	Hinweis-Check-liste
		hoch	mittel	gering			
Wirkungen auf Ressourcenverbrauch, Emissionen, Abfallaufkommen etc.	Einflüsse in den verschiedenen Lebensphasen der Produkte: <ul style="list-style-type: none"> • Herstellung • Distribution • Anwendung • Entsorgung/ Recycling 	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>			C 5-2-1
	Möglichkeiten der Mehrfachverwendung/ Wiederverwertbarkeit von Produkten bzw. von Produktkomponenten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>			C 5-2-1
Materielle Produkteigenschaften: Materialien/ Inhaltsstoffe von Produkten und deren Verpackungen	Anteil an recyceltem Material im Produkt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>			C 5-2-2
	Anteil an biologisch abbaubarem Material im Produkt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>			C 5-2-2

Produktaspekte mit Auswirkungen auf die Biodiversität	Allgemeine Indikatoren/ Bewertungskriterien	Relevanz			Beschreibung des Einflusses	Bemerkungen	Hinweis-Check-liste
		hoch	mittel	gering			
	Anteil und Eigenschaften tierischer und/oder pflanzlicher Produktkomponenten im Hinblick auf Entsorgungsvorgänge (z.B. Gebietsfremdheit von Samen, organischen Fasern o.ä.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>			C 5-2-2
	Anteil an recyceltem Material in der Verpackung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>			C 5-2-3
	Anteil an biologisch abbaubarem Material in der Verpackung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>			C 5-2-3

Produktaspekte mit Auswirkungen auf die Biodiversität	Allgemeine Indikatoren/ Bewertungskriterien	Relevanz			Beschreibung des Einflusses	Bemerkungen	Hinweis-Check-liste
		hoch	mittel	gering			
Entwicklung Dienstleistungsprodukte	Berücksichtigung der Biodiversität bei der Entwicklung/ Konzeptionierung von Dienstleistungen (z.B. Tourismusangebote, Finanz- und Handelsdienstleistungen, Veranstaltungen, Gastronomie, Transport)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>			C 5-2-4
	Dienstleistungsangebote mit einem bewusst reduzierten Biodiversitätseinfluss	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>			C 5-2-4

C 5–2 Hinweis-Checkliste zu Produkten und Produktdesign

Berücksichtigen Sie u.a. die folgenden Hinweise als Anregungen für biodiversitätserhaltende Maßnahmen:

[Nach oben](#)

Hinweise	Zutreffend/ durchführbar?		Bemerkungen/ Notizen
	Ja	Nein	
C 5–2–1 Analysen des Produkt-Lebenszyklus			
Berücksichtigen Sie bei der Produktentwicklung, aber auch bei bestehenden Produktkonzepten, den Ressourcenverbrauch, den diese im Laufe ihres Lebenszyklus (also auch während der Gebrauchs- und Entsorgungsphase) aufweisen. Bei elektronischen Geräten betrifft dies insbesondere den Energieverbrauch und den Einsatz seltener Rohstoffe.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Prüfen Sie auf der Grundlage von Lebenszyklusanalysen ökologische Optimierungsoptionen und berücksichtigen Sie diese in der Produktentwicklung. Beispielsweise lässt sich bei mehreren Designmöglichkeiten vergleichen, welche Option davon einen kleineren ökologischen Fußabdruck hinterlässt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Designen Sie Ihre Produkte so, dass ihr Materialeinsatz optimal genutzt wird. Beachten Sie dabei auch Recyclingaspekte bei der Materialauswahl und der Verarbeitungsweise.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Berücksichtigen Sie beim Produktdesign eine energie- und ressourcen-effiziente Herstellungsweise des Produkts (vgl. dazu auch Detail-Checklisten 7).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

Hinweise	Zutreffend/ durchführbar?		Bemerkungen/ Notizen
	Ja	Nein	
C 5–2–2 Biodiversitätsfreundliche Produkteigenschaften			
Analysieren und optimieren Sie die Gebrauchs- und Entsorgungswirkungen Ihrer Produkte (z.B. Erhöhung des Anteils wiederverwendbarer Komponenten).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Vermeiden Sie Downcycling (sinkende Qualität mit jeder weiteren Verarbeitungsstufe). Verwenden Sie Materialien, die möglichst sortenrein trennbar sind. Dies erleiden hierdurch beim Recyclingprozess keine hohen Wertverluste und sind damit nachhaltig wieder verwertbar.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Überprüfen Sie regelmäßig die eingesetzten Materialien hinsichtlich der Verwendung von Alternativen mit geringerem Einfluss auf die Biodiversität.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Sorgen Sie für eine permanente Abstimmung der Produktplanung mit dem Einkauf und der Fertigung bzgl. umweltrelevanter Gesichtspunkte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Falls Ihre Produkte pflanzliche und/ oder tierische Komponenten enthalten, achten Sie auf deren mögliche Einflüsse auf die biologische Vielfalt: Gebietsfremde Arten (z.B. in Futtermitteln oder Gartenbauprodukten) können Produktionskreisläufen entkommen und als invasive Arten Ökosysteme verändern. Kann die Verwendung gebietsfremder Arten nicht vermieden werden, verhindern Sie wirkungsvoll ihre Freisetzung in die Umwelt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

Hinweise	Zutreffend/ durchführbar?		Bemerkungen/ Notizen
	Ja	Nein	
C 5–2–3 Design ressourcenschonender Verpackungen, Etiketten usw.			
Verwenden Sie Verpackungen aus recycelten bzw. upcycelten (aus aufgewerteten Resten anderer Produkte) oder erneuerbaren/ nachwachsenden Materialien.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Achten Sie bei der Verwendung natürlicher nachwachsender Rohstoffe für Verpackungskomponenten auf eine nachhaltige Erzeugungsweise und einen fairen Handel (vgl. Detail-Checklisten C 3: Lieferkette, Roh- und Werkstoffe).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Ziehen Sie für die Herstellung von Verpackungen auch den Einsatz von Nebenprodukten aus anderen Unternehmensbereichen in Betracht.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Verwenden Sie bei Verpackungen (auch bei Klebebändern und Etiketten) biologisch leicht abbaubare Komponenten. Achten Sie beim Bedrucken von Etiketten auf ein umweltfreundliches Recycling (z.B. schwermetallfreie- und lösemittelfreie Druckfarben).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Verwenden Sie bei Klebemitteln und Druckfarben grundsätzlich wasserlösliche Mittel.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

Hinweise	Zutreffend/ durchführbar?		Bemerkungen/ Notizen
	Ja	Nein	
Achten Sie auf eine deutliche und leichte Trennbarkeit von Produkt und Verpackung, damit diese beim Verwertungsprozess leichter aufgeteilt werden können. Verwenden Sie möglichst wenig Verpackungsmaterialien und ggf. Mehrwertsysteme.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
C 5–2–4 Berücksichtigung von Biodiversität bei Dienstleistungen			
Berücksichtigen Sie auch bei der Konzeptionierung von Dienstleistungsangeboten Biodiversitätsaspekte. Beispiele solcher Dienstleistungen mit Bezug zur biologischen Vielfalt sind: Touristische Angebote und sonstige Veranstaltungen (besonders in sensiblen Gebieten), Vergabe von Krediten für Bauprojekte, Handel, weiträumige Transportdienstleistungen die eine Verbreitung wandernder Arten begünstigen können.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Minimieren Sie mögliche Biodiversitätseinflüsse entlang des gesamten Lebenszyklusses einer Dienstleistung, bzw. entlang aller Schritte und Stationen, die zur Dienstleistung gehören.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

Hilfreiche Links und Organisationen³ zu den Detail-Checklisten C 5

www.cfsd.org.uk	Auf den Seiten des Centre for sustainable design der Designfakultät des britischen Surrey Institute of Art & Design, University College finden Sie aktuelle Publikationen, Reports, Diskussionspapiere, Weblinks und andere Downloads zum nachhaltige Design. Unter anderem sind Downloads des vierteljährlich erscheinenden Journal of Sustainable Product Design sowie Hinweise zu internationalen Veranstaltungen (Workshops, Trainingsprogramme etc) verfügbar..
www.d4s-de.org	Die Initiative " Design For Sustainability " (D4S) des UNEP in Zusammenarbeit mit der Delft University of Technology legt ihren Fokus auf die Möglichkeiten und Chancen von nachhaltigem, innovativem Produktdesign für Unternehmen, Projekte und Organisationen in Entwicklungs- und Schwellenländern. Auf den Internetseiten finden sich neben Projektbeispielen auch Arbeitspapiere und allgemeine Hinweise zum Thema Ökodesign.
www.ecodesign.at	Der Ecodesign-Informationsknoten wird seit 1996 vom „EOCDDESIGN Team“ am Institut für Konstruktionswissenschaften der Technischen Universität Wien betrieben. Die Idee dahinter ist, alle interessanten Informationen und Links zu diesem immer wichtiger werdenden Fachgebiet zu sammeln und einem möglichst breiten Nutzerkreis zugänglich zu machen.
www.ebpg.bam.de	Die Informationsplattform des österreichischen Bundesministeriums für Wirtschaft, Familie und Jugend sowie der Österreichischen Energieagentur stellt umfassende Informationen über die im Juli 2005 erschienene EuP-Rahmenrichtlinie (2005/32/EC - Energy using products directive) zur Verfügung. Die Richtlinie hat zum Ziel, eine Ressourcen schonende, energieeffiziente Produktgestaltung durch geeignete politische Instrumente zu unterstützen.

³ Die Informationen basieren auf Angaben der jeweiligen Organisation.

Hilfreiche Links und Organisationen zu den Detail-Checklisten C 5

http://lct.jrc.ec.europa.eu	Das Joint Research Centre der Europäischen Kommission beschäftigt sich mit der Förderung der Entwicklung von Methoden, Indikatoren, Referenzdaten und Pilotstudien zum Vorantreiben des Lebenszyklus-Denkens in Unternehmen und der öffentlichen Verwaltung. Auf den Seiten des Joint Research Centres findet sich eine Informationsplattform mit vielfältigen Informationen und Dokumenten wie z.B. Projektstudien sowie ein Forum und zahlreiche Links.
www.netzwerk-ressourceneffizienz.de	Das " Netzwerk Ressourceneffizienz " bündelt Know-how und Erfahrung zu ressourcenschonender Produktion, Produkten und Management. Es dient der gegenseitigen Information und organisiert den Erfahrungsaustausch. Es fördert in der Produktion, im Handel und beim Konsum eine effizientere Ressourcennutzung von Produkten und Dienstleistungen, führt Akteure aus Politik, Unternehmen, Verbänden, Gewerkschaften, Wissenschaft und Gesellschaft zusammen und koordiniert ihre Aktivitäten.
www.umweltbundesamt.de	Auf der Seite des Bundesumweltamts finden Sie zahlreiche Informationen rund um das Thema Ökodesign; u.a. finden Sie hier wichtige Hinweisen zu europäischen und deutschen Richtlinien, Verordnungen und Gesetzen zur umweltgerechten Gestaltung energiebetriebener Produkte.
www.wupperinst.org	Das Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH erforscht und entwickelt Leitbilder, Strategien und Instrumente für eine nachhaltige Entwicklung auf regionaler, nationaler und internationaler Ebene. Im Download-Bereich der Institutshomepage finden sich verschiedene Arbeitspakete mit z.T. besonders unternehmensnahen Instrumenten rund um den Themenkomplex ökologisches Design/ ökologische Konstruktion, u.a. zur Identifikation von Technologien, Produkten und Strategien mit hohem Ressourceneffizienzpotenzial.

Detail-Checklisten 6 – Marketingstrategie und absatzfördernde Maßnahmen

Die folgenden Checklisten sind in jeweils einen **Analyse-** und einen **Hinweis-Abschnitt** eingeteilt.

Schätzen Sie zunächst den Einfluss ein, den Sie durch Ihr Produktmarketing auf die Biodiversität haben könnten. Hierzu können Sie in der **Analyse-Checkliste** (C 6–1) mit Hilfe allgemeiner Indikatoren und Bewertungskriterien abschätzen, inwiefern die jeweiligen Aspekte für Sie relevant sind. Des Weiteren können Sie mit Hilfe dieser Checkliste Ihren Einfluss genauer beschreiben.

Je nach Relevanz für Ihr Unternehmen bietet Ihnen die zutreffende **Hinweis-Checkliste** (C 6–2) Anregungen für ein unternehmerisches Biodiversitätsmanagement.

C 6-1 Analyse-Checkliste zu biodiversitätsbewusstem Marketing

Analysieren Sie die Möglichkeiten eines biodiversitätsbewussten Marketings und deren mögliche Indikatoren/ Bewertungskriterien, z.B.:

[Nach oben](#)

Marketing-Aspekte mit Berührungspunkten zu Biodiversität	Allgemeine Indikatoren/ Bewertungskriterien	Relevanz ⁴			Beschreibung des Einflusses	Bemerkungen	Hinweis-Check-liste
		hoch	mittel	gering			
Orientierung des Marketings am Lebenszyklus des Produkts	Anbieten bestimmter Serviceleistungen (z.B. Wartungen, Reparaturen)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>			C 6-2-1
	Anwendungs-/ Gebrauchsphase mit geringem Ressourcenverbrauch und dadurch mit Kostenvorteilen für den Anwender	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>			C 6-2-1
	Möglichkeiten von Rücknahmesystemen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>			C 6-2-1
	Möglichkeiten einfacher, unkomplizierter Entsorgung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>			C 6-2-1

⁴ Wie stark der jeweilige Einfluss auf die Biodiversität ist, kann in den Feldern „Relevanz“ angekreuzt werden. Sie sind den Ampelfarben zugeordnet (Rot=hoher Einfluss bis grün=geringer Einfluss).

Marketing-Aspekte mit Berührungspunkten zu Biodiversität	Allgemeine Indikatoren/ Bewertungskriterien	Relevanz			Beschreibung des Einflusses	Bemerkungen	Hinweis-Check-liste
		hoch	mittel	gering			
Umwelt-/ Biodiversitäts-Zertifizierungen, Label o.ä.	Erfüllung der Vergabekriterien bereits bestehender Labels/ Zertifizierungsrichtlinien	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>			C 6-2-2
	Kooperation mit anderen Unternehmen, Verbänden etc. zur Schaffung/ Nutzung von unabhängig kontrollierten Labels	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>			C 6-2-2
Sonstige Marketingprodukte	Ressourcenaufwand für Marketingprodukte wie Give-aways, Gratisproben, Broschüren (Die Materialien und der Herstellungsprozess der Marketingprodukte sollten nicht im Gegensatz zum positiven Charakter des Hauptprodukts stehen.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>			C 6-2-3
	Entsorgungsgesichtspunkte von Marketingprodukten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>			C 6-2-3

C 6–2 Hinweis-Checkliste zu biodiversitätsbewusstem Marketing

Berücksichtigen Sie u.a. die folgenden Hinweise als Anregungen:

[Nach oben](#)

Hinweise	Zutreffend/ durchführbar?		Bemerkungen/ Notizen
	Ja	Nein	
C 6–2–1 Lebenszyklusorientierte Marketingstrategie			
<p>Verbinden Sie Ihre Marketingstrategie mit positiven Aspekten des Produktlebenszyklusses wie der ressourcensparenden Anwendung oder der Wiederverwertbarkeit von Produktkomponenten (vgl. Detail-Checklisten C 5).</p> <p>Weisen Sie auch auf Kostenvorteile für Anwender hin. Beispiele hierfür sind Energieersparnis während der Gebrauchsphase, kostenlose Rücknahme gebrauchter Geräte.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
<p>Wenden Sie Konzepte der Rücknahme von Produktteilen (z.B. der Verpackung) an und motivieren Sie Kunden zur Beteiligung an solchen Kreislaufsystemen.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
<p>Bieten Sie bei bestimmten Produkten auch entsprechende Serviceangebote an, die einen Produkt-Lebenszyklus verlängern. Beispiele sind Reparaturservice, Wartung oder der Austausch von Verschleißteilen.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
<p>Ziehen Sie die Lebenszyklus-Perspektive als Grundlage für Zertifizierungen in Betracht.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

Hinweise	Zutreffend/ durchführbar?		Bemerkungen/ Notizen
	Ja	Nein	
Informieren Sie Kunden bezüglich der Relevanz von nachhaltigen Produktlebenszyklen z.B. durch Labels, Online-Foren auf Ihrer Homepage, Integration in Werbespots, Anzeigen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
C 6–2–2 Labeling und informationsbasiertes Marketing			
Streben Sie eine Umweltzertifizierung bzw. die Lizenz zur Verwendung von Labels an. Dies können Sie durch ein nachhaltig umwelt- bzw. biodiversitätsfreundliches Gesamtkonzept der Produkte, ihrer Materialien, ihrer Verarbeitungsweise, ihrer Recyclingmöglichkeiten und dergleichen erreichen (vgl. auch Detail-Checklisten C 11).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Wenn es für Ihre Produktgruppen noch keine offiziellen Zertifizierungen bzw. Labels gibt, ziehen Sie die Zusammenarbeit mit branchenverwandten Unternehmen und anderen Akteuren (z.B. Vereinen, Verbänden und anderen Institutionen aus Wirtschaft, Umwelt- und Naturschutz) in Betracht, um Richtlinien zur Bewertung von Biodiversitätskriterien zu erarbeiten und ggf. ein Zertifizierungssystem sowie ein Label zu schaffen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Stellen Sie für den Kunden den Zusammenhang zwischen geringem Energie- und Ressourcenverbrauch und dem Schutz der Biodiversität dar.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

Hinweise	Zutreffend/ durchführbar?		Bemerkungen/ Notizen
	Ja	Nein	
Erarbeiten Sie einen jährlichen Nachhaltigkeitsbericht, der u.a. in der Produktentwicklung bzw. im Biodiversitätsmanagement erzielte Erfolge und noch bevorstehende Herausforderungen beschreibt und analysiert. Eine Orientierung dazu bietet u.a. die internationale Global Reporting Initiative (GRI), die Richtlinien für die Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten von Großunternehmen sowie kleineren und mittleren Unternehmen (KMU) entwickelt hat.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Sorgen Sie durch Ihr Marketing für einen Zusatznutzen für die Biodiversität. Beispielsweise kann für jedes verkaufte „grün designte“ Produkt (vgl. Detail-Checklisten C 5) eine bestimmte Spende für Biodiversitätsprojekte oder Umweltfonds abgeführt werden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
C 6–2–3 Sonstiges Marketing mit Rücksicht auf Biodiversitätsaspekte			
Beachten Sie für das Marketing am Produkt an sich (z.B. Etiketten, Verpackung etc) die Hinweise zur Gestaltung von Produkten in den Detail-Checklisten C 5–2.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Achten Sie auch bei Flyern, produktbezogenen oder produktübergreifenden Informationsbroschüren, Giveaways und dergleichen auf den Ressourcenverbrauch und Recyclingkriterien. Verwenden Sie beispielsweise Recyclingpapier, wasserlöslichen Farb- und Klebmitteln sowie möglichst wiederverwertbare oder biologische abbaubare Materialien. Möglicherweise können Sie Giveaways auch in Form von Gutscheinen vergeben, die keinen größeren zusätzlichen Herstellungsaufwand erfordern.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

Hilfreiche Links und Organisationen⁵ zu den Detail-Checklisten C 6

<p>www.globalreporting.org</p>	<p>Die Global Reporting Initiative (GRI) entwickelt in einem partizipativen Verfahren Richtlinien für die Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten von Großunternehmen, kleineren und mittleren Unternehmen, Regierungen und Nicht-Regierungs-Organisationen. Über die Homepage gelangen Sie auch zu einem Leitfaden der GRI, der Hintergründe zum Thema Biodiversität enthält, ihre Bedeutung für Unternehmen und Organisationen hervorhebt und vor allem Hinweise dazu gibt, wie Biodiversitätsberichte erstellt werden sollten.</p>
<p>www.enviroreporting.com</p>	<p>Auf den Seiten der International Corporate Sustainability Reporting Site finden Sie aktuelle Neuigkeiten und Entwicklungen, eine umfangreiche virtuelle Bibliothek mit Leitfäden, Artikeln, anwendungsfreundlichen Tools und sonstigen Hilfsmitteln zum Thema unternehmerische Umwelt- und Nachhaltigkeitsberichte.</p> <p>Leitfäden zur Erstellung von Umwelt- und Nachhaltigkeitsberichten werden in unterschiedlichen Sprachen zum Download angeboten.</p>

⁵ Die Informationen basieren auf Angaben der jeweiligen Organisation.