

PRESSEMITTEILUNG

Glaubwürdig oder Greenwashing? Neue Studie deckt Schwächen von Nachhaltigkeitslabels auf

Immer mehr Nachhaltigkeitslabels, immer weniger Glaubwürdigkeit: Mit ihrer Neuauflage der Label-Studie legt die Romero Initiative (CIR) offen, warum viele Zertifizierungen ihre Versprechen auf Nachhaltigkeit nicht einlösen. Rund 80 Siegel für Lebensmittel und Textilien wurden auf soziale und ökologische Standards sowie ihre Glaubwürdigkeit überprüft.

Münster/Berlin, Januar 2026 – Nachhaltigkeitslabels beeinflussen täglich Millionen

Kaufentscheidungen. Sie sollen Orientierung geben und Verantwortung sichtbar machen. Laut IFH-Handelsreport 2024 vertrauen rund zwei Drittel der Verbraucher*innen in Deutschland beim Einkauf auf Gütesiegel. Doch das System der Zertifizierungen stößt zunehmend an seine Grenzen. Das zeigt die dritte, vollständig überarbeitete Auflage des Label-Wegweisers der Romero Initiative (CIR). 80 Gütesiegel für Lebensmittel und Kleidung wurden untersucht. Das Ergebnis: Die Zahl der Labels wächst stetig, ihre Glaubwürdigkeit hält damit oft nicht Schritt. „Labels suggerieren Sicherheit, die sie in vielen Fällen aber nicht bieten können“, sagt Sandra Dusch Silva, CIR-Referentin für nachhaltige Lieferketten. „Zwischen Anspruch und Wirklichkeit klafft eine große Lücke, vor allem dort, wo Transparenz fehlt. Das grenzt an Social- und Greenwashing und führt Verbraucher*innen in die Irre.“

Zertifiziert – trotz gravierender Vorwürfe

Aktuelle Beispiele machen deutlich: Zertifizierungen bieten keinen verlässlichen Schutz vor Menschenrechts- und Umweltverstößen. So wurde das honduranische Palmölunternehmen *Corporación Dinant 2024* vom *Roundtable on Sustainable Palm Oil* (RSPO) als nachhaltig zertifiziert – und das trotz anhaltender Vorwürfe zu Menschenrechtsverletzungen, Landraub und dem Einsatz paramilitärischer Gewalt. Auch auf *Rainforest Alliance*-zertifizierten Kaffeeplantagen in Brasilien wurden in den Jahren 2021 und 2022 mindestens 24 Menschen aus sklavereiähnlichen Arbeitsverhältnissen befreit. „Wenn Unternehmen mit solchen Vorwürfen trotzdem als nachhaltig zertifiziert werden, untergräbt das das Vertrauen in das ganze Label-System“, so Dusch Silva.

Transparenz als Maßstab

Die CIR bewertet mit der neu aufgelegten Studie erstmals auch Handelsunternehmen, darunter große Supermärkte, Bio-Supermärkte, Drogerien und Discounter. Während einige Anbieter bei ökologischen Kriterien gut abschneiden, zeigen sich bei sozialen Standards deutliche Defizite: *Denns*, *Biocompany*, *Rossmann* und *Edeka/Netto* erreichen nur schwache Bewertungen, die Drogerie *Müller* bildet das Schlusslicht. Zu den Testsiegern zählen Siegel wie *Naturland Fair*, *Fair Bio* und *Rapunzel*, die ihre Lieferketten offenlegen, Preismechanismen transparent machen, existenzsichernde Löhne

anstreben und lokale Akteur*innen sowie Gewerkschaften einbeziehen. Sie zeigen, dass Transparenz kein Wettbewerbsnachteil ist, sondern Voraussetzung für glaubwürdige Nachhaltigkeit.

Die neu aufgelegte Studie „Wegweiser durch das Label-Labyrinth“ basiert auf einem überarbeiteten Kriterienkatalog, der neue gesetzliche Vorgaben, agrarökologische Prinzipien und das Konzept der Just Transition berücksichtigt. Der Wegweiser erscheint als Handbuch und in Taschenversion.

BILD



BU: Das praktische Handbuch für mehr Orientierung im Label-Labyrinth. Foto: CIR

WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN

Ein Rezensionsexemplar bestellen: [vonrichthofen@ci-romero.de](mailto:vorrichthofen@ci-romero.de)

Wegweiser durch das Label-Labyrinth: <https://www.ci-romero.de/produkt/wegweiser-durch-das-label-labyrinth2025/>

Quick-Check: <https://www.ci-romero.de/produkt/quick-check-eine-schnelle-orientierung-im-label-labyrinth-neuaufgabe-2025/>

PRESSE-KONTAKT:

Sandra Dusch Silva

Romero Initiative (CIR)

Tel: 0176 / 64 19 07 09

E-Mail: dusch@ci-romero.de

ÜBER DIE ROMERO INITIATIVE (CIR):

Wir sind eine NGO aus Münster und setzen uns für Arbeits- und Menschenrechte, vor allem in Mittelamerika und Brasilien, ein. Mit unserer Kampagnen- und Bildungsarbeit schlagen wir die Brücke nach Deutschland. Unsere Vision ist eine gerechte, solidarische Welt, in der ein gutes Leben für alle möglich ist. Die aktualisierte Label-Studie erscheint im Rahmen des von der EU geförderten Projekts „Rebooting the food system“, in der sich 14 zivilgesellschaftliche Organisationen für eine faire und nachhaltige Agrarwende einsetzen.

