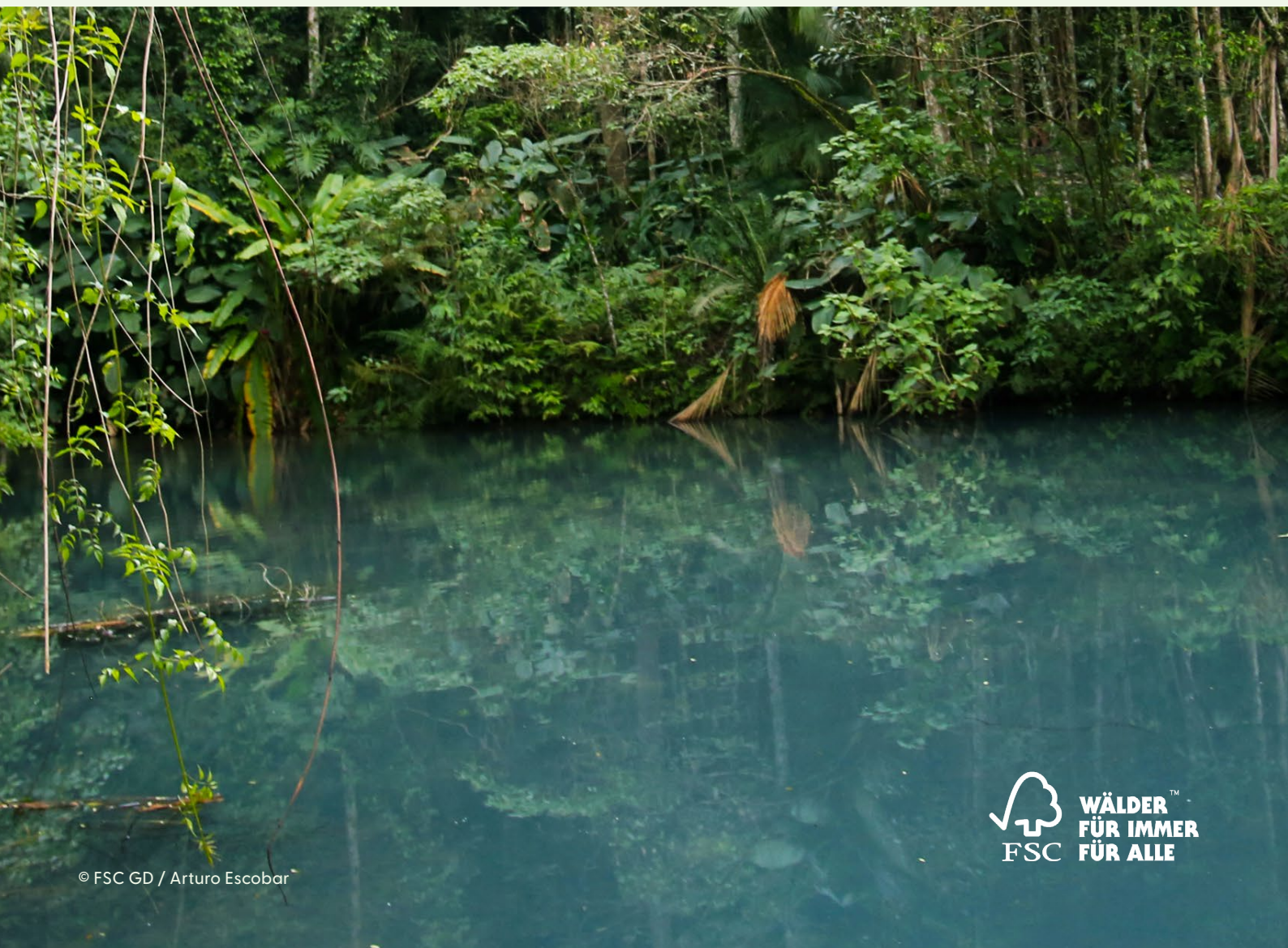




LEITFADEN ZUR NUTZUNG DER FSC®-MARKEN FÜR INHABER EINER WERBELIZENZ

FSC-PRO-50-003 V1-0
Juni 2026



Gemeinsam für die Wälder: Selbstbewusst kommunizieren

Produkte aus dem Wald sind Teil unseres Alltags – an unseren Arbeitsplätzen, in Schulen und zu Hause. Doch Wälder sind mehr als nur Ressourcen; sie sind für das Leben auf der Erde unverzichtbar. Sie regulieren unser Klima, fördern die Artenvielfalt und sichern weltweit Millionen Menschen ihren Lebensunterhalt. Ihr Engagement für die Förderung von FSC®-zertifizierten und gekennzeichneten Produkten ist ein klares, vertrauenswürdiges Signal für Verbraucher – es unterstützt fundierte Kaufentscheidungen und spielt eine entscheidende Rolle bei der Verwirklichung dieser Ziele.

Steigende Erwartungen der Verbraucher und sich weiterentwickelnde Vorschriften gegen Greenwashing machen eine glaubwürdige Kommunikation und Werbung anspruchsvoller denn je. Unternehmen müssen zunehmend sicherstellen, dass ihre Produkte – ob Holz, Papier, Verpackungen, Gummi oder Kork – nicht zur Entwaldung, zum Klimawandel oder zu Menschenrechtsverletzungen beitragen.

Eine erhöhte Prüfungsintensität könnte dazu führen, dass Unternehmen weniger über ihre Nachhaltigkeitsbemühungen kommunizieren, mitunter Schweigen dem Risiko vorziehen und dadurch tatsächliche Fortschritte nicht sichtbar machen. Das bremst die Dynamik – gerade in einer Phase, in der klare Signale an den Markt besonders wichtig sind.

FSC möchte einen Weg in die Zukunft aufzeigen: ein glaubwürdiges FSC-System, mit dem Sie Ihren Einsatz klar und selbstbewusst kommunizieren können – damit echtes Engagement sowohl sichtbar wird als auch Vertrauen schafft.

Dieser Leitfaden soll Ihnen dabei helfen, sich in diesem Umfeld zurechtzufinden, indem er einen klaren, praktischen Rahmen für die regelkonforme und wirkungsvolle Nutzung der FSC-Marken bietet.

Indem Sie den hier beschriebenen Verifizierungs- und Freigabeprozess befolgen, schützen Sie den Ruf Ihrer Marke und erhalten gleichzeitig die Möglichkeit, Ihr Nachhaltigkeitsengagement zu kommunizieren. Das FSC-Logo ist ein weltweit anerkanntes Symbol, das auf strengen Standards, umfassenden Konsultationen der Stakeholder und einer kontinuierlichen Überprüfung und Überarbeitung seiner Regularien und Anforderungen basiert – und somit eine korrekte und transparente Kommunikation ermöglicht.

Mit über 150 Millionen Hektar FSC-zertifizierter Fläche und mehr als 70.000 lizenzierten Organisationen und Unternehmen weltweit sind Sie Teil eines globalen Systems, das Vertrauen schafft, Märkte stärkt und Verbrauchern den verantwortungsvollen Einkauf erleichtert.

Gemeinsam können wir Vertrauen bei Verbrauchern und Stakeholdern aufbauen und so unser gemeinsames Ziel unterstützen, weltweit eine verantwortungsvolle Waldwirtschaft zu fördern. Wir möchten Sie dazu ermutigen, Ihr Engagement lebendig werden zu lassen – indem Sie die FSC-Marken nutzen, um verantwortungsvolle Beschaffung sichtbar und glaubwürdig zu machen und Ihren Kunden die Kaufentscheidung zu erleichtern.

Dieser Leitfaden richtet sich an Inhabende einer FSC-Werbelizenz. Zertifikatsinhabende finden die Anforderungen an den Einsatz der FSC-Marken im Standard FSC-STD-50-001.

Falls Ihr Unternehmen noch keine FSC-Lizenz besitzt, aber FSC-zertifizierte Produkte verwendet oder verkauft und diese unter Verwendung der FSC-Marken bewerben möchte, wenden Sie sich bitte an Ihr [lokales FSC-Team](#).

Rechtlicher Hinweis: FSC aktualisiert diesen Leitfaden regelmäßig und ersetzt dabei die früheren Versionen. Bitte besuchen Sie regelmäßig das [FSC Document Centre](#), um sicherzustellen, dass Sie die aktuellste Version verwenden.

Gender-Hinweis: Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

INHALT

Teil 1. Werben mit FSC: Allgemeine Anforderungen	4
1. Einführung in die FSC-Marken	5
2. Wo finden Sie die FSC-Marken?	5
3. Wer kann die FSC-Marken verwenden und wo?	5
4. Werbeelemente	6
5. Zulässige Nutzung der FSC-Marken	11
Teil 2. Die Prüf- und Freigabeprozesse	14
Teil 3. Anwendung der Anforderungen in der Praxis	21
1. Verwendung der FSC-Marken in Printmaterialien	22
2. Verwendung der FSC-Marken in digitalen und online-Materialien	24
3. Verwendung der FSC-Marken in Videos	25
4. Verwendung der FSC-Marken in sozialen Medien	25
5. Verwendung der FSC-Marken auf E-Commerce-Plattformen, Online-Marktplätzen und in Online-Shops	26
6. Lassen Sie sich inspirieren!	28
Anhang 1: Werbeaussagen	30
Anhang 2: Werbung für FSC-bezogene Dienstleistungen	40
Anhang 3: Bewerbung abgeschlossener FSC-zertifizierter Projekte	42
Anhang 4: Leitfaden zur Nutzung von Marken für Zertifizierungsstellen und Zweigstellen (Affiliates Offices)	44
Anhang 5: Glossar	46

TEIL 1.

WERBEN MIT FSC: ALLGEMEINE ANFORDERUNGEN

In diesem Kapitel werden die Anforderungen für die Verwendung der FSC-Marken in Werbematerialien erläutert. Ihr [Trademark Service Provider \(TSP\)](#), der als Ihr lokaler oder regionaler FSC-Ansprechpartner fungiert, steht Ihnen während des gesamten Prozesses mit Rat und Tat zur Seite.

1. Einführung in die FSC-Marken

Der Forest Stewardship Council® (FSC®) ist Inhaber der folgenden eingetragenen Marken:



FSC-Logo

Forest Stewardship Council®

FSC-Name

FSC®

FSC-Abkürzung „FSC“

2. Wo finden Sie die FSC-Marken?

Laden Sie das FSC-Logo von der Online-Plattform [FSC Brand Hub](#) herunter. Wenden Sie sich an Ihren TSP, um Ihren Zugang einzurichten.

3. Wer kann die FSC-Marken verwenden und wo?

Im Rahmen einer Werbelizenz dürfen Sie für FSC-zertifizierte und gekennzeichnete Fertigprodukte, Ihre FSC-bezogenen Dienstleistungen und/oder FSC-zertifizierte und abgeschlossene Projekte werben.

Die FSC-Marken dürfen auf einer Vielzahl von Werbematerialien verwendet werden, darunter Websites, Videos, Kataloge, Werbeaktionen am Verkaufsort (Point of Sale), Banner und Inhalte in sozialen Medien. Spezifische Anleitungen für die verschiedenen Kommunikationskanäle finden Sie in [Teil 3](#).

Sie können Ihren Status als Inhabende einer FSC-Werbelizenz auch in Werbematerialien wie Pressemitteilungen, Jahresberichten und redaktionellen Beiträgen hervorheben, um Ihr Engagement für eine verantwortungsvolle Beschaffung zu unterstreichen.

Hinweis:

Die Verwendung der FSC-Marken auf FSC-zertifizierten Produkten fällt nicht unter den Geltungsbereich Ihrer Werbelizenz. Weitere Informationen finden Sie im Kapitel [Zulässige Nutzung der FSC-Marken](#).

4. Werbeelemente

Bei der Verwendung der FSC-Marken in Werbematerialien und Kommunikationsmitteln müssen Sie alle folgenden Elemente einfügen:

1. **FSC-Marke(n)** (FSC-Logo, FSC-Initialen oder vollständiger FSC-Name)
2. **FSC-Lizenzcode**
3. **Werbeaussage (Promotional Statement)**
4. **FSC-Website**

Hinweis: Weitere Hinweise zur korrekten Darstellung der Werbeelemente finden Sie im Kapitel [Zulässige Nutzung der FSC-Marken](#).

Beispiel: Werbematerial einschließlich aller Werbeelemente




 FSC

Achten Sie auf unsere Spielzeuge, die aus FSC-zertifiziertem Holz hergestellt werden, das aus FSC-zertifizierten Wäldern stammt.

FSC® N000000

www.fsc.org

■ FSC-Logo

■ FSC-Lizenzcode

■ Werbeaussage

■ FSC-Website

Im folgenden Kapitel werden die einzelnen Werbeelemente ausführlich erläutert.

1. FSC- Mark(en)

A. Graphische Anforderungen

Farbe des FSC- Logos

Laden Sie das FSC-Logo aus dem FSC Brand Hub herunter. Das FSC-Logo sollte in den Standardfarben verwendet werden. Alternative Farbvarianten dürfen verwendet werden, sofern sie einen ausreichenden Kontrast zum Hintergrund bieten und gut lesbar bleiben.



Beispiele: Das FSC-Logo in anderen Farben

Größe des FSC-Logos

Das FSC-Logo muss mindestens 4 mm hoch sein, gemessen von der Oberkante des Baumsymbols bis zur Unterkante der Buchstaben „FSC“.



Mindestgröße des FSC-Logos

Bei der **digitalen Verwendung** muss das FSC-Logo bei einer Bildschirmauflösung von 100 % klar und scharf dargestellt werden. Lesbarkeit und Klarheit müssen auf allen Plattformen und Geräten gewährleistet sein.

Schutzraum um das FSC-Logo

Lassen Sie um das FSC-Logo herum ausreichend Freiraum, damit es keinen Text, keine Grafiken oder andere Gestaltungselemente berührt oder davon überlappt wird.



Hintergrund

Die FSC-Marken dürfen auf einem farbigen Hintergrund platziert werden. Bei Verwendung eines transparenten FSC-Logos ist darauf zu achten, dass der Hintergrund einen ausreichenden Kontrast bietet und die Lesbarkeit nicht beeinträchtigt.



B. Markenregistrierungssymbol

Wenn Sie die FSC-Marken in Werbematerialien verwenden, fügen Sie das korrekte Markenregistrierungssymbol ™ oder ® in der oberen rechten Ecke neben dem FSC-Logo, dem Namen und den Initialen ein.

Diese Symbole weisen darauf hin, dass die FSC-Marken rechtlich geschützt sind und nur von Organisationen verwendet werden dürfen, die über eine gültige Lizenz verfügen.

- Fügen Sie bei jeder Verwendung des FSC-Logos das Markenregistrierungssymbol hinzu.
- Fügen Sie im Text das Markenregistrierungssymbol bei der ersten oder prominentesten Erwähnung von „FSC“ und „Forest Stewardship Council“ hinzu.

Beispiel: Verwendung der Markenregistrierungssymbol für die FSC-Marke(n) im Text

Welches Symbol soll verwendet werden?



Verwenden Sie ®, wenn Ihre Werbematerialien in Ländern ausgegeben werden, in denen die FSC-Marke eingetragen ist.

TM

Verwenden Sie ™, wenn Ihre Werbematerialien weltweit verteilt werden, in mehreren Ländern mit unterschiedlichem Registrierungsstatus, oder wenn die Vertriebsländer zum Zeitpunkt der Freigabe noch nicht bekannt sind

Wählen Sie das Markenregistrierungssymbol stets entsprechend den Ländern aus, in denen Ihre Werbematerialien genutzt werden – die in den Materialien verwendeten Sprachen haben keinen Einfluss auf die Wahl des Markenregistrierungssymbols. Weitere Anleitung zur Verwendung des Markenregistrierungssymbols in sozialen Medien, im E-Commerce und auf Online-Marktplätzen finden Sie in [Teil 3](#).

FSC aktualisiert seine Markenregistrierungen regelmäßig. Die aktuelle Liste der Markenregistrierungen finden Sie im FSC Brand Hub unter dem Kapitel „Leitfäden“. Für das FSC-Logo können Sie im FSC Brand Hub unter “Freistehende Markenzeichen” (zu finden unter “Logos & Kennzeichen”) auch die automatische Auswahl des Markensymbols verwenden, um das korrekte Markenregistrierungssymbol zu überprüfen.

Hinweis:

Da Websites in der Regel als weltweit verbreitet gelten, wird das Registrierungszeichen ™ empfohlen. Wenn Ihre Website-Domain regional begrenzt ist (z. B. .es, .uk), verwenden Sie das für das jeweilige Land zutreffende Markenregistrierungssymbol.

2. FSC-Lizenzcode

Jedem Inhabenden einer Werbelizenz wird ein eigener, unternehmensspezifischer FSC-Lizenzcode zugewiesen. Der Lizenzcode zeigt, dass Sie über eine gültige Lizenz verfügen und für das Werbematerial, das Sie erstellen, besitzen und/oder verbreiten, verantwortlich sind. Ihr Lizenzcode muss auf jedem Werbematerial einmal angegeben werden.

Verwenden Sie das empfohlene Format **FSC® N000000** mit dem entsprechenden Markenregistrierungssymbol.

3. Werbeaussagen

Eine Werbeaussage ist ein beschreibender Text oder Satz, der die FSC-Marken begleiten muss, um zu erläutern, was FSC ist, was Ihre Lizenz bedeutet, oder um FSC-zertifizierte Produkte oder Dienstleistungen zu beschreiben.

BEISPIEL

Mit der Wahl dieses FSC®-zertifizierten Holzstuhls zeigen Sie Ihr Engagement für die Wälder und die Menschen, die von ihnen abhängig sind. www.fsc.org

Beispiele für Formulierungen, die Sie verwenden können sowie eine detaillierte Anleitung zur Anpassung an Ihre Bedürfnisse finden Sie in [Anhang 1](#). Ihr TSP kann Sie bei der Anpassung und Erstellung Ihrer eigenen Werbeaussage weiter unterstützen

Wenn Sie Werbeaussagen zum Sponsoring von Projekten zu Ökosystemleistungen machen möchten, finden Sie weitere Informationen im Leitfaden „[Guidance on Market Use and Communication of Ecosystem Services Impacts](#)“.

4. FSC-Website

Die FSC-Website hilft Ihrer Zielgruppe, weitere Informationen über FSC und das FSC-System zu finden. Sie müssen die FSC-Website mindestens einmal in jedem Werbematerial unter Verwendung des empfohlenen Formats www.fsc.org angeben.

- Am Ende einer Werbeaussage

BEISPIEL

Der Forest Stewardship Council® (FSC®) setzt sich weltweit für eine verantwortungsvolle Waldwirtschaft ein. www.fsc.org

- Oder als eigenständiges Element



Sie können vor Angabe der Website einen kurzen beschreibenden Satz einfügen, zum Beispiel:

„Erfahren Sie mehr unter www.fsc.org“

„Weitere Informationen finden Sie unter www.fsc.org“

„Besuchen Sie www.fsc.org“

„Lesen Sie mehr unter www.fsc.org“

5. Zulässige Nutzung der FSC-Marken

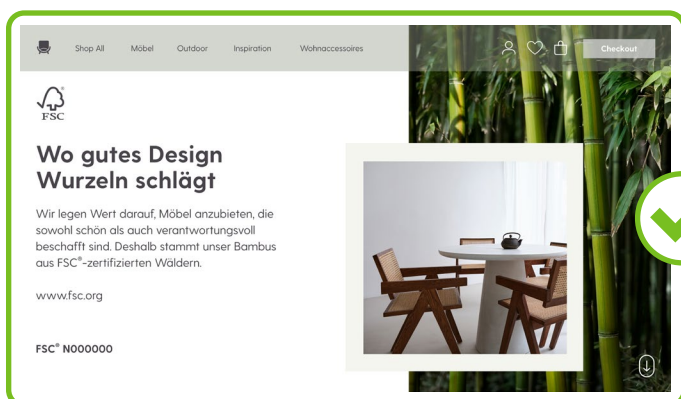
Befolgen Sie die Hinweise in diesem Kapitel, um sicherzustellen, dass die FSC-Marken korrekt verwendet werden, und die Zielgruppen nicht irreführend oder verwirrt werden.

Anwendungsbereiche für die FSC-Marken

Sie dürfen die FSC-Marken nur in Werbematerialien und im Geltungsbereich Ihrer Werbelizenz verwenden. Bitte beachten Sie:

- Nur Inhabende einer FSC-Produktketten-Zertifizierung (Chain of Custody (COC)) dürfen die FSC-Marken direkt auf Produkten sowie in Verkaufs-, Lieferanten- oder Lieferunterlagen verwenden.
- Sie dürfen keine FSC-Produktkennzeichen (FSC Mix-, FSC Recycled- und FSC 100 %-Kennzeichen), Lizenzcodes oder FSC-Werbefelder verwenden, die einer anderen Organisation (z. B. Ihrem Lieferanten) gehören.

Wenden Sie sich an Ihren TSP, wenn Sie Fragen zu FSC-zertifizierten Organisationen haben.



Beispiel: Korrekte Verwendung der FSC-Marken in Werbematerialien



Beispiel: Unzulässige Verwendung der FSC-Produktkennzeichen in Werbematerial



Beispiel: Nicht zulässige Anbringung der FSC-Produktkennzeichen, der FSC-Marken und Designs auf Produkten

Übersetzung von „Forest Stewardship Council“

Bei der Übersetzung des vollständigen Namens „Forest Stewardship Council“ ist zunächst der englische Name anzugeben, gefolgt von der Übersetzung in Klammern. Diese Regel ist im gesamten Text einheitlich anzuwenden



BEISPIEL

“Forest Stewardship Council (森林管理協議会)” ins Japanische übersetzt.

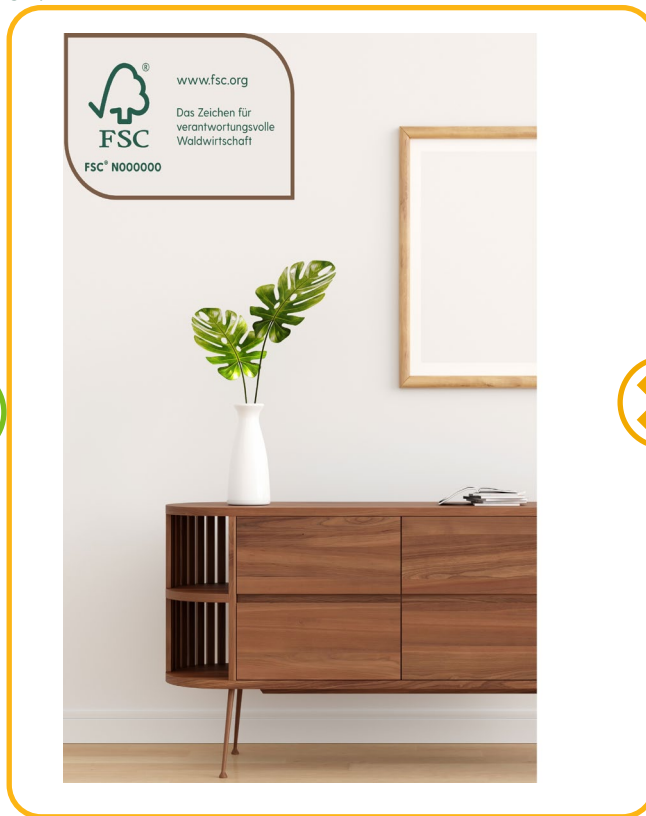
Eine klare und einheitliche Gestaltung

Die FSC-Marken müssen korrekt verwendet werden, damit sie leicht zu erkennen und zu identifizieren sind. Bitte beachten Sie:

- Werbeelemente müssen separat dargestellt werden und klar erkennbar sein. Sie dürfen nicht gruppiert oder innerhalb von Rahmen oder geschlossenen Formen angeordnet werden. FSC-Werbefelder (FSC Promotional Panel) sind gemäß den Gesetzen gegen Greenwashing nicht mehr zulässig.
- Die Anordnung der Werbeelemente darf nicht den FSC-Produktkennzeichen oder ähnlichen Designs ähneln.
- Die FSC-Marken müssen visuell eigenständig bleiben und dürfen nicht in Ihre Markenidentität integriert werden.
- Die FSC-Marken müssen ihre korrekten Proportionen beibehalten und mit ausreichendem Abstand zu anderen Markenelementen positioniert werden.



Beispiel: Korrekte Verwendung mit einer klaren und einheitlichen Gestaltung



Beispiel: Unzulässige Verwendung mit Werbeelementen innerhalb einer geschlossenen Form, die dem FSC-Produktkennzeichen ähnelt

Bedeutung und Aussagen

Wenn Sie die FSC-Marken in Texten verwenden, müssen Sie sicherstellen, dass die Aussagen dazu dienen, korrekte und relevante Informationen zu vermitteln. Bitte beachten Sie:

- Der Einsatz der FSC-Marken muss den Geltungsbereich Ihrer Lizenz klar widerspiegeln und darf keine Unterstützung oder Beteiligung von FSC über diesen Geltungsbereich hinaus implizieren.
- Aussagen dürfen sich ausschließlich auf Aspekte beziehen, die von der FSC-Zertifizierung abgedeckt sind.
- Die FSC-Marken müssen so verwendet werden, dass Verwechslungen oder Fehlinterpretationen vermieden werden und die Glaubwürdigkeit des FSC-Systems nicht beeinträchtigt wird.
- FSC darf nicht als Hersteller, Eigentümer oder Händler von Produkten erscheinen oder dargestellt werden.
- Die FSC-Marken dürfen nicht mit Umwelt- oder Nachhaltigkeitsaussagen, die nicht mit der FSC-Zertifizierung zusammenhängen, in Verbindung gebracht werden.
- Die FSC-Marken dürfen nicht in Produktmarken, Firmennamen, Website-Domains, Slogans, Verben oder Namen von Social-Media-Konten verwendet werden.

Verwendung in Verbindung mit anderen Waldzertifizierungssystemen

Wenn die FSC-Marken neben anderen Waldzertifizierungssystemen abgebildet werden, beachten Sie bitte die folgenden Hinweise:

- Die FSC-Marken müssen klar erkennbar und hinsichtlich Größe und Platzierung gleichermaßen hervorgehoben sein.
- Die Darstellung und Platzierung der FSC-Marken darf keinen Eindruck von Befürwortung, Zugehörigkeit oder Gleichwertigkeit erwecken.



Beispiel: Korrekte Verwendung der FSC-Marken in Verbindung mit den Zeichen anderer Waldzertifizierungssysteme



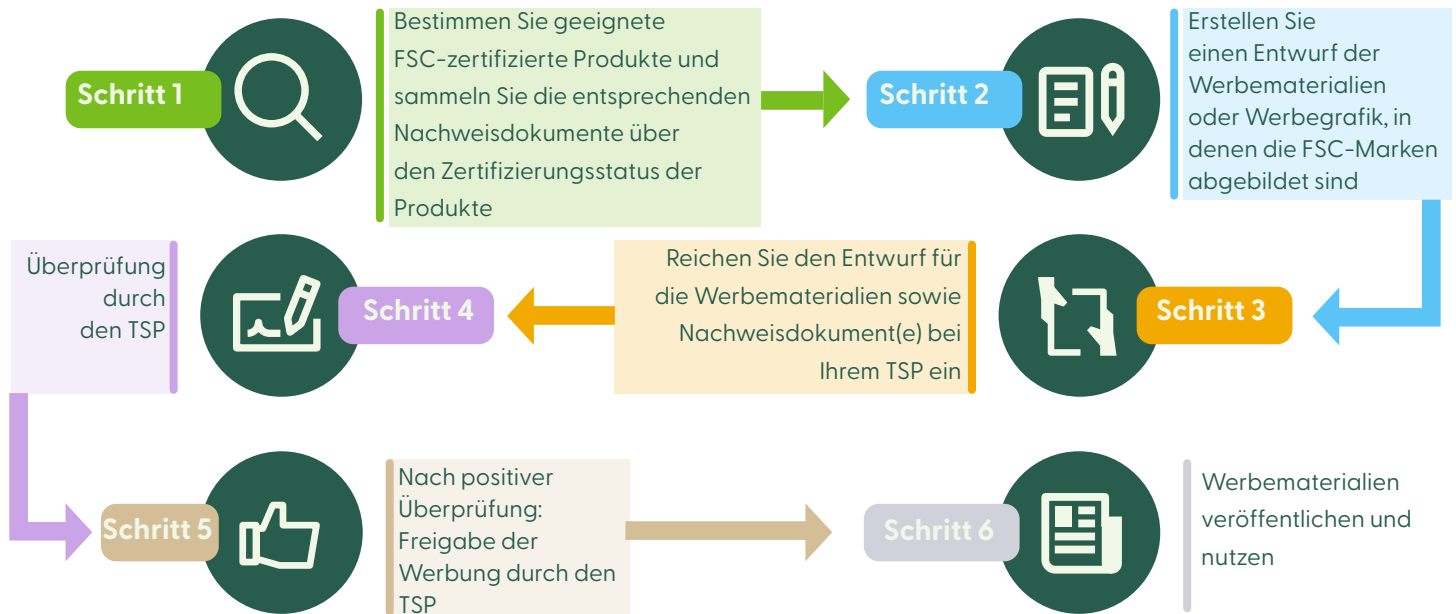
Beispiel: Unzulässige Verwendung, bei der andere Waldzertifizierungssysteme stärker hervorgehoben sind und eine Aussage enthalten ist, die eine Gleichwertigkeit impliziert

TEIL 2.

DIE PRÜF- UND FREIGABEPROZESSE

In diesem Kapitel wird erläutert, wie Sie die Freigabe zur Verwendung der FSC-Marken in Ihren Werbematerialien erhalten. Jede Markennutzung muss vor dem Druck oder der Veröffentlichung von Ihrem TSP freigegeben werden und FSC-zertifizierte Produkte müssen, überprüft werden.

Nachfolgend finden Sie eine "Schritt für Schritt"-Anleitung über den Verifizierungs- und Freigabeprozess, den Sie durchlaufen müssen:



Wichtig: Um die Integrität des FSC-Systems zu gewährleisten, ist die Einhaltung des oben beschriebenen Freigabeprozesses zwingend erforderlich. Die Veröffentlichung von Werbematerialien ohne vorherige Freigabe kann zur Aussetzung oder zum Entzug Ihrer FSC-Werbelizenz führen.

Schritt 1 Bestimmen Sie geeignete FSC-zertifizierte Produkte und sammeln Sie die entsprechenden Nachweisdokumente

Bevor Sie Werbematerialien erstellen und zur Freigabe einreichen, ermitteln Sie bitte die für die Bewerbung mit den FSC-Marken in Frage kommenden FSC-zertifizierten Produkte in Ihrem Produktsortiment und tragen alle erforderlichen Nachweisdokumente zusammen.

Sind meine Produkte für die Bewerbung als FSC-zertifiziert zulässig?

Sie dürfen FSC-zertifizierte Produkte bewerben, wenn alle folgenden Bedingungen erfüllt sind:

- Sie beziehen das/die FSC-zertifizierte(n) Produkt(e) direkt von einem FSC-zertifizierten Lieferanten. (Es können Ausnahmen gelten – wenden Sie sich für weitere Informationen an Ihren TSP).
- Es handelt sich um ein Fertigprodukt, d. h. Sie verwenden oder verkaufen es in der gelieferten Form, ohne es weiterzuverarbeiten, zu verändern, neu zu etikettieren oder umzupacken.
- Das Produkt trägt das [FSC-Produktkennzeichen](#), das von einer FSC-zertifizierten Organisation oder einem FSC-zertifizierten Unternehmen angebracht wurde.

Wenn Sie FSC-zertifizierte Produkte an andere Unternehmen verkaufen, beachten Sie bitte, dass Ihre Kunden diese Produkte nicht unter Verwendung der FSC-Marken weiterbewerben dürfen.

Beispiel: Produkt mit einem FSC-Produktkennzeichen



Wenn der direkte Lieferant nicht zertifiziert ist

Eine lückenlose Produktkette ist für die Glaubwürdigkeit des FSC-Systems von zentraler Bedeutung. Wenn bestimmte Kriterien erfüllt sind, darf Ihr TSP eine Ausnahme gewähren, was bedeutet, dass Sie nicht direkt von einem FSC-zertifizierten Lieferanten beziehen müssen. Ausnahmen werden von Fall zu Fall gewährt und müssen von Ihrem TSP bestätigt und freigegeben werden. Beispiele für Fälle, in denen eine Ausnahme gelten darf, sind unter anderem Situationen, in denen Ihr direkter Lieferant ...

- ...fertigen FSC-zertifizierten Verpackungen lediglich Inhalte hinzufügt, die nicht aus Waldbeständen stammen, ohne die Verpackungen selbst zu verändern;

BEISPIEL:



Ein nicht zertifizierter Lebensmittellieferant verpackt frische Sandwiches in FSC-zertifizierten, gekennzeichneten Kartons, die in Ihrem Supermarkt verkauft werden sollen.

- ... FSC-zertifizierte Fertigprodukte liefert, die von FSC-zertifizierten Vorlieferanten individuell für Sie hergestellt und/oder mit Ihrem Markenzeichen versehen werden. Ihr nicht-zertifizierter Lieferant verändert das Produkt nicht mehr.

BEISPIEL:



Ein nicht zertifizierter Verlag liefert Kalender mit Ihrem Branding, die von einer FSC-zertifizierten Druckerei gedruckt wurden. Der Verlag verändert die Kalender nicht mehr, sondern liefert sie einfach nur noch an Sie aus.

Welche relevanten Nachweisdokumente benötige ich?

Sie müssen Ihrem TSP Nachweisdokumente vorlegen, um zu belegen, dass Ihre Produkte den FSC-Anforderungen entsprechen.

Sie dürfen jegliche Dokumente einreichen, die den Kauf von FSC-zertifizierten Produkten belegen und alle folgenden erforderlichen Angaben enthalten:

1. die Nummer der Produktketten-Zertifizierung des direkten Lieferanten (im Format "AB-COC-123456");
2. korrekter Name, Adresse sowie weitere Angaben des Lieferanten, die mit den Unternehmensdaten übereinstimmen, die für die entsprechende FSC-Zertifikatsnummer eingetragen sind. Sie können diese Einträge jederzeit über die [FSC Search](#) eigenständig überprüfen;
3. die FSC-Aussage für jedes Produkt (z. B. FSC Mix, FSC 100 %, FSC Recycled);
4. eine klare Kennzeichnung auf dem Nachweisdokument, welche der verkauften Produkte FSC-zertifiziert sind.

Als Belege gelten Rechnungen, Lieferscheine oder sonstige Verkaufsdokumente, die von Ihrem FSC-zertifizierten Lieferanten ausgestellt wurden. Die Unterlagen des Lieferanten sollen sich auf Ihren letzten Einkauf beziehen und müssen an Ihre Organisation adressiert sein.

Wenn Produkte erst auf Nachfrage oder im Rahmen ähnlicher Vereinbarungen geliefert werden (z. B. Dropshipping), kann Ihr TSP Sie hinsichtlich der erforderlichen Unterlagen beraten.

Ihr TSP kann außerdem Fotos, auf denen das FSC-Kennzeichen auf dem Produkt oder der Verpackung zu sehen ist, oder weitere Unterlagen anfordern, die zum Abschluss der Überprüfung notwendig sind. Sie können ein Foto Ihres Produkts mit dem FSC-Kennzeichen sowie weiteren allgemeinen Identifikationsmerkmalen (wie GTIN oder UPC) einreichen.

Folgendes kann nicht als Nachweis akzeptiert werden:

- Kopien von FSC-Produktkettenzertifikaten
- Eigenauskünfte oder schriftliche Erklärungen Ihrer Organisation oder Ihres Lieferanten
- Screenshots oder Links aus der FSC Search Datenbank

Ihr TSP kann Sie unterstützen, falls Sie Fehler oder Probleme bei den Unterlagen feststellen.

FSC-Lieferantenorganisation
RECHNUNG

1 COC-Zertifikatscode: XX-COC-0000000

2 FSC-Lieferantenorganisation
Musterstraße 123
12345 Musterstadt
Telefon: (123) 456-7890
Fax: (123) 456-7891

RECHNUNGSNR.: #100
DATUM: 01.01.2026

Rechnung an:
Inhaber der Werbelizenz
Musterallee 1
12121 Musterstadt

VERKÄUFER	BESTELLNr.	AUFTRAGGEBER	VERSAND DURCH	F. O. B. POINT	BEDINGUNGEN
	143		Express Air	Lager	Fällig bei Erhalt

Nr.	ARTIKELBESCHREIBUNG	PREIS	GESAMT
100	Esstisch FSC-100% 3	00,00 €	00,00 €
1	Holztür FSC-Mix	00,00 €	00,00 €
3	Hochschränke	00,00 €	00,00 €
100	Stuhl FSC-Mix	00,00 €	00,00 €
ZWISCHENSUMME:			00,00 €
STUHR:			00,00 €
GESAMTSUMME:			00,00 €

Bitte als Zahlungsempfänger FSC-Lieferantenorganisation angeben.

Zahlungsinformationen:
Konto: John Doe
Kontoinhaber: John
Bankverbindung: XXXXX

Allgemeine Geschäftsbedingungen
Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit, sed diam

Fragen?
Schreiben Sie uns eine E-Mail an
info@website.com oder rufen Sie uns
unter 1-234-567-890 an.

- 1** Die Nummer der Produktketten-Zertifizierung des direkten Lieferanten (im Format "AB-COC-123456").
- 2** Korrekter Name, Adresse sowie weitere Angaben des Lieferanten, die mit den Unternehmensdaten übereinstimmen, die für den Zertifikatscode bei FSC hinterlegt sind..
- 3** Die FSC-Aussage für jedes Produkt und eine klare Kennzeichnung auf dem Nachweisdokument, welche der verkauften Produkte FSC-zertifiziert sind.

Beispiel: Zulässiger Nachweis – Rechnung eines FSC-zertifizierten Lieferanten

Schritt 2 Erstellen Sie den Entwurf der Werbematerialien, in denen die FSC-Marken abgebildet sind

Sie können nun für die zur Bewerbung zulässigen FSC-zertifizierten Produkte entsprechende Werbematerialien erstellen, die die FSC-Marken enthalten. Stellen Sie sicher, dass alle Werbeelemente mindestens einmal pro Werbematerial erscheinen. Weitere Informationen dazu, was „einmal pro Werbematerial“ für verschiedene Formate (z. B. Website, Katalog) bedeutet, finden Sie in [Teil 3](#).

Wenn Ihr Werbematerial sowohl FSC-zertifizierte als auch nicht zertifizierte Produkte enthält, geben Sie bitte deutlich an, welche Produkte FSC-zertifiziert sind, indem Sie:

- die FSC-Marken (z. B. das FSC-Logo) neben den FSC-zertifizierten Produkten abbilden und
- einen entsprechenden Hinweis, wie zum Beispiel: „Achten Sie auf unsere FSC-zertifizierten Produkte“ verwenden

Wenn ein Produkt nur auf Anfrage oder je nach Verfügbarkeit in FSC-zertifiziertem Material erhältlich ist, muss dies deutlich angegeben werden.



BEISPIEL

„Diese Gartenmöbel sind auf Anfrage in FSC-zertifiziertem Holz erhältlich.“

Entdecken Sie unsere FSC®-zertifizierten Kleider in unserer Frühjahrskollektion!

FSC® N000000

ALLE ANZEIGEN KLEIDER

BLÜTENBLATT 89 \$ EICHE 89 \$ NEBEL 89 \$

FSC QUICK SHOP FSC QUICK SHOP FSC QUICK SHOP

FSC setzt sich weltweit für verantwortungsvolle Waldwirtschaft ein. www.fsc.org

Beispiel: Verwendung des FSC-Logos neben den FSC-zertifizierten Produkten, um diese deutlich erkennbar zu machen

Weitere Leitfadendokumente sowie Beispiele dazu, wie Sie über Ihre FSC-zertifizierten Produkte und Ihre FSC-Werbelizenz informieren können und wie die Entscheidung für FSC-zertifizierte Produkte Ihre Nachhaltigkeitsziele unterstützt, finden Sie in [Anhang 1 Werbeaussagen](#).

Schritt 3 Reichen Sie Werbematerialien und Nachweisdokumente bei Ihrem TSP ein

Senden Sie den Entwurf der Werbematerialien (aus Schritt 2) und die Nachweisdokumente (aus Schritt 1) an Ihren TSP. Sie dürfen keine Materialien drucken oder veröffentlichen, bevor Sie die endgültige Freigabe erhalten haben. Ihr TSP berät Sie hinsichtlich der Einreichungsmethoden und bietet Ihnen möglicherweise optimierte Verfahren für Materialien in großem Umfang an, wie beispielsweise mehrere Produktlistings auf einer Website.

Schritt 4 Überprüfung durch den TSP

In diesem Schritt überprüft Ihr TSP, ob:

- die Nachweisdokumente vollständig und korrekt sind
- die FSC-Marken in den Werbematerialien korrekt verwendet werden
- die Werbeaussagen klar, zutreffend und relevant sind

Sollten Probleme festgestellt werden, gibt Ihr TSP Ihnen eine Rückmeldung, in der erläutert wird, was korrigiert werden muss und warum. Sie müssen die geforderten Änderungen vornehmen und die Unterlagen erneut zur Freigabe einreichen.

Schritt 5



Freigabe durch den TSP

Ihr TSP wird Ihre Werbematerialien genehmigen, sobald alle Anforderungen erfüllt sind.

Hinweis: TSPs können regelmäßige Überprüfungen von dauerhaften Materialien durchführen

Schritt 6



Werbematerialien veröffentlichen und nutzen

Sie können Ihre freigegebenen Werbematerialien nun veröffentlichen und verwenden. Jedes Material bietet Ihnen die Gelegenheit, Ihr Engagement für den Verkauf oder die Verwendung von FSC-zertifizierten Produkten zu zeigen und hervorzuheben.



Beispiel: Werbematerial (Tabletteinleger), das den Einsatz von FSC-zertifizierten Produkten bewirbt.

Hinweis: Sie sind dafür verantwortlich, die nationalen Verbraucherschutzgesetze in allen Ländern einzuhalten, in denen Ihre Werbematerialien verbreitet werden.

Interne Überprüfung und Selbstfreigabe

Manche Unternehmen sind für die Anwendung eines sogenannten Selbstfreigabeprozesses qualifiziert, indem sie Nachweisdokumente und Werbematerialien intern überprüfen und freigeben können. Diese Option bietet mehr Flexibilität und hilft Ihnen, FSC-zertifizierte Produkte effizienter zu bewerben.

Diese Option eignet sich für Unternehmen, die:

- ☑ sich langfristig für FSC engagieren;
- ☑ über fundierte Kenntnisse des FSC-Systems verfügen, einschließlich der Freigabe- und Verifizierungsprozesse;
- ☑ eine breite Palette an FSC-zertifizierten Produkten anbieten und bewerben und dabei die FSC-Marken häufig oder über verschiedene Kanäle und Materialien hinweg nutzen.

Prozessübersicht

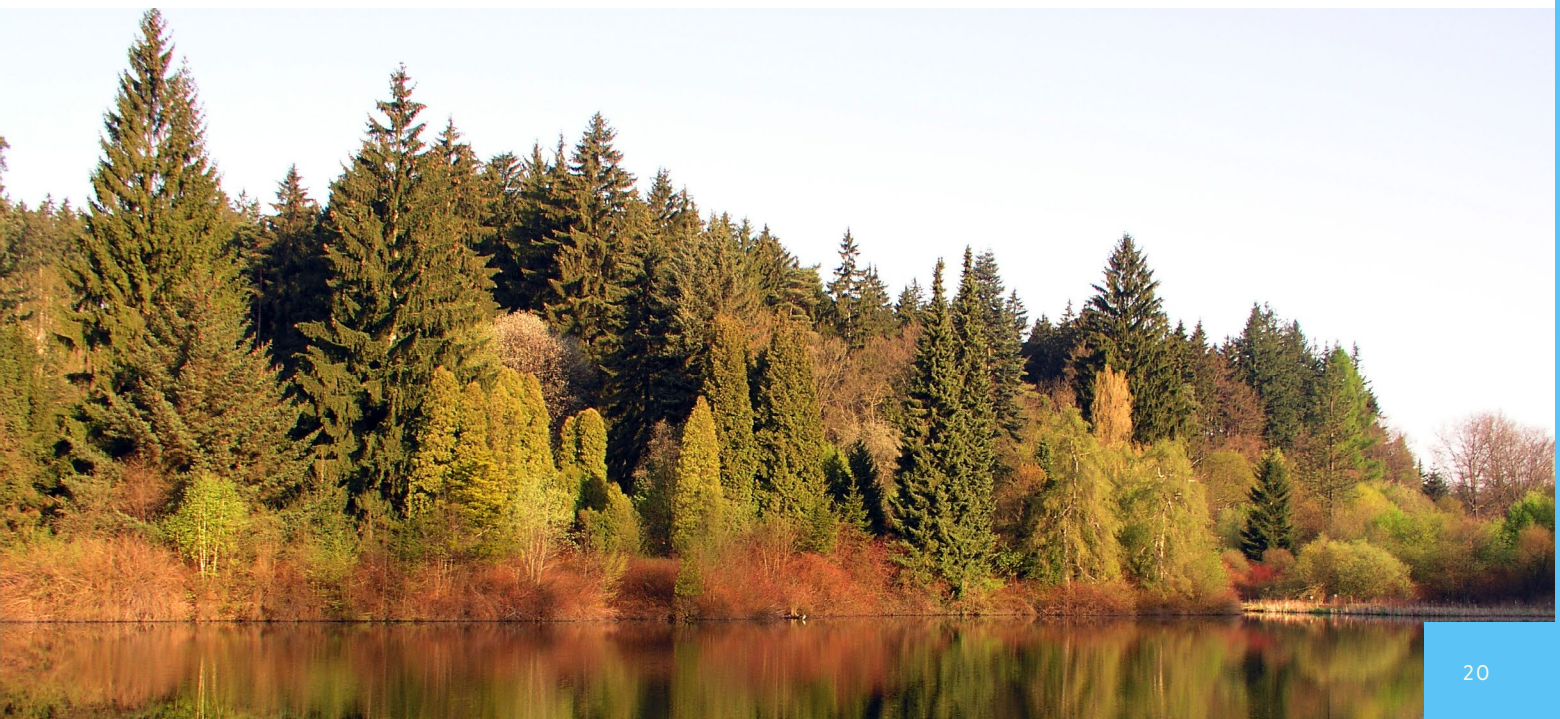
Um ein internes Überprüfungs- und Selbstfreigabesystem einzuführen, müssen Sie folgende Schritte durchführen:

1. Erstellen und pflegen Sie einen verschriftlichten Prozess für:
 - die Überprüfung von FSC-zertifizierten Produkten und den dazugehörigen Nachweisdokumenten
 - die Genehmigung der Verwendung der FSC-Marken in Werbematerialien
2. Bestimmen Sie eine geschulte Person mit folgenden Aufgaben:
 - Überprüfung von FSC-zertifizierten Produkten, Unterlagen und Beschaffungsprozessen
 - Genehmigung von Werbematerialien gemäß den Anforderungen für die Nutzung der FSC-Marken
 - Dokumentation aller Freigaben und Aufbewahrung der entsprechenden Nachweisdokumente
 - Schulung der Mitarbeitenden nach Bedarf

Hinweis:

Bevor Sie mit der Anwendung Ihrer internen Freigabe- und Überprüfungsprozesse beginnen, müssen Ihre Abläufe von Ihrem TSP geprüft und genehmigt werden, und die zuständigen Mitarbeitenden müssen geschult werden. Außerdem ist eine Anpassung in Ihrer bestehenden Werbelizenzvereinbarung erforderlich.

Ihr TSP unterstützt Sie bei der Einrichtung dieser Prozesse, bietet die erforderlichen Schulungen an und überprüft regelmäßig Ihre Freigabe- und Genehmigungsverfahren, um sicherzustellen, dass diese weiterhin den FSC-Anforderungen entsprechen.



TEIL 3.

ANWENDUNG DER ANFORDERUNGEN IN DER PRAXIS

Sobald Sie mit den Anforderungen und Verfahren zur Verwendung der FSC-Marken vertraut sind, können Sie damit beginnen, diese in Ihren Werbematerialien anzuwenden. Dieser Abschnitt enthält praktische Hinweise für verschiedene Kanäle, einschließlich Beispielen.

Hinweis: Im [FSC Brand Hub](#) stehen gebrauchsfertige und anpassbare Vorlagen zur Verfügung.

Durch das Hervorheben von FSC-zertifizierten Produkten unterstreichen Sie Ihr Engagement für verantwortungsvolle Beschaffung und nachhaltige Waldwirtschaft. Außerdem helfen Sie Verbrauchern, FSC-zertifizierte und entsprechend gekennzeichnete Produkte leicht zu erkennen, fundierte Kaufentscheidungen zu treffen und Ihrer Marke zu vertrauen.

Die in [Teil 1](#) behandelten Anforderungen gelten für alle gedruckten und digitalen Materialien. Für einige Kanäle, wie beispielsweise soziale Medien und E-Commerce, gelten besondere Anforderungen, die im Folgenden erläutert werden.

1. Verwendung der FSC-Marken in Printmaterialien

Sie dürfen die FSC-Marken in gedruckten Werbematerialien wie Broschüren, Flyern, Produktkatalogen, Plakaten, Bannern, POS-Materialien, Zeitschriften und ähnlichen Formaten verwenden.

TRENDIG UND LÄSSIG

Diese Kleidungsstücke mit ihrer lockeren Passform und den weichen, atmungsaktiven Stoffen eignen sich perfekt für den Alltag und lässige Ausflüge. Dank der vielseitigen Farben und schicken Designs lassen sie sich mühelos mit jeder Garderobe kombinieren und verleihen Ihnen einen entspannten und gleichzeitig eleganten Look. Genießen Sie Komfort und Stil, wo immer Sie sind!

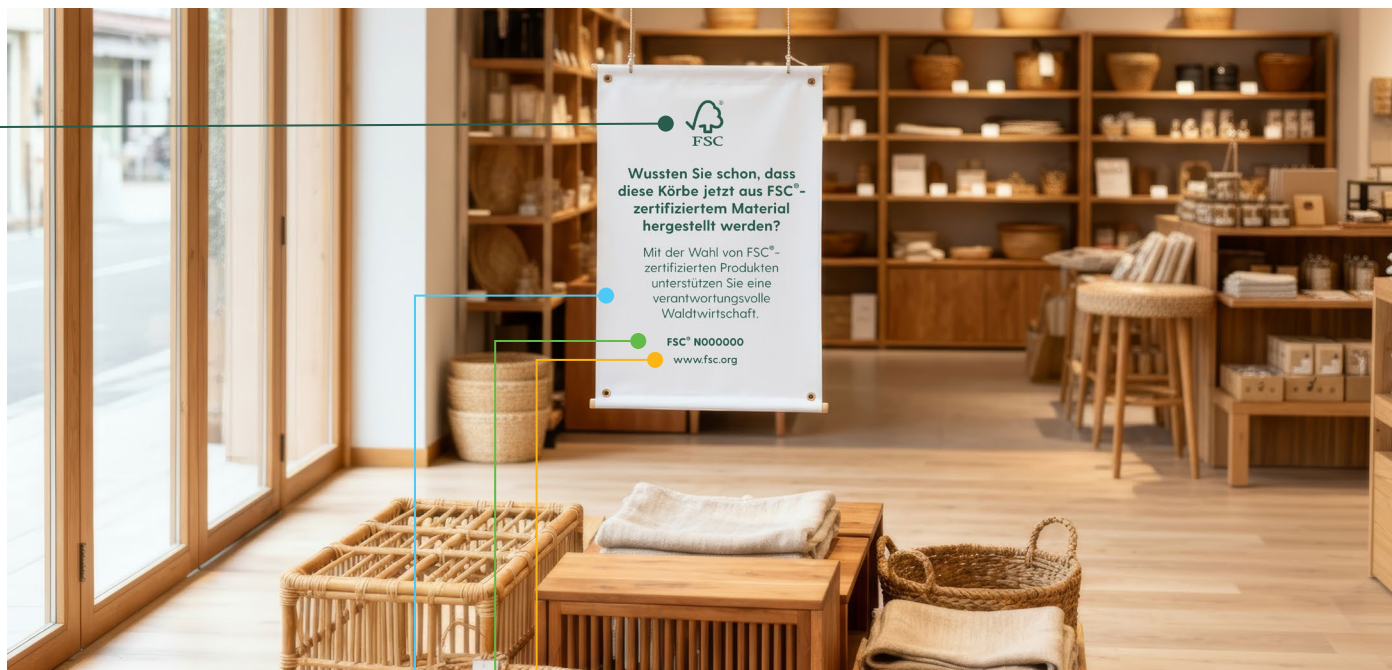
Achten Sie auf unsere FSC-zertifizierten Produkte.

FSC setzt sich weltweit für verantwortungsvolle Waldwirtschaft ein.

FSC® N000000
www.fsc.org

Beispiel: Korrekte Verwendung der FSC-Marken in einem mehrseitigen Katalog – alle Werbeelemente sind enthalten, und FSC-zertifizierte Produkte sind durch das FSC-Logo eindeutig erkennbar gemacht

- FSC-Logo
- FSC-Lizenzcode
- Werbeaussage
- FSC-Website



- FSC-Logo
- FSC-Lizenzcode
- Werbeaussage
- FSC-Website

Beispiel: Korrekte Verwendung der FSC-Marken und Werbeelemente in einem Point-of-Sales-Werbemittel



2. Verwendung der FSC-Marken in digitalen und online-Materialien

Sie dürfen die FSC-Marken in digitalen Werbematerialien wie Websites, E-Mail-Kampagnen, digitalen Anzeigen, Apps, Online-Broschüren und ähnlichen Formaten verwenden.

Sie müssen die Werbeelemente einmal pro Werbematerial einfügen.

- Wenn auf Ihrer Website keine FSC-zertifizierten Produkte verkauft werden, gilt die gesamte Website als ein Werbematerial.
- Wenn Ihre Website einen Online-Shop enthält, in dem FSC-zertifizierte Produkte verkauft werden, lesen Sie bitte den Abschnitt [Verwendung der FSC-Markenzeichen auf E-Commerce-Plattformen, Online-Marktplätzen und in Online-Shops](#) weiter unten.



Beispiel: Verwendung der FSC-Marken auf einer Website

FSC-Initialen

Werbeaussage

FSC-Lizenzcode

FSC-Website



Beispiel: Korrekte Verwendung der FSC-Werbeelemente auf einer Website

3. Verwendung der FSC-Marken in Videos

Wenn Sie die FSC-Marken in Videos verwenden, können Sie die Werbeelemente wie folgt einbinden:

- ✓ indem Sie sie in die Videobeschreibung aufnehmen
- ✓ indem Sie sie in das Video selbst einbetten (z. B. Lizenzcode oder Website im Abspann; Werbeaussage im Voice-over gemäß diesem Leitfaden) oder
- ✓ indem Sie eine Kombination der beiden oben genannten Ansätze verwenden.

Jedes Video gilt als eigenständiges Werbematerial.



4. Verwendung der FSC-Marken in sozialen Medien

Aufgrund von Platzbeschränkungen und unterschiedlichen Plattformformaten können Sie die Darstellung bestimmter Elemente anpassen. Beachten Sie die folgenden Vorgaben für die korrekte Verwendung von Marken:

- **FSC-Logo:** Fügen Sie das Symbol für die eingetragene Marke sowie alle Werbeelemente hinzu.
- **Abkürzung „FSC“ oder vollständiger Name „Forest Stewardship Council“**
 - ▶ Das Registrierungssymbol kann in Fotos, Bildunterschriften oder ähnlichen Zusammenhängen weggelassen werden.
 - ▶ Der Lizenzcode und die FSC-Webadresse können weggelassen werden, wenn der Beitrag auf eine Website verweist, auf der alle Werbeelemente deutlich sichtbar sind.
 - ▶ Ein Werbeaussage (z. B. in der Bildunterschrift).

Jeder Beitrag in den sozialen Medien gilt als eigenständiges Werbematerial.

Gewinnen Sie ein **FSC-zertifiziertes** Produktset – verantwortungsvoll beschafft und auf Langlebigkeit ausgelegt. Denn jeder kann dazu beitragen, unsere Wälder weltweit zu schützen.

Mehr erfahren Sie unter www.fsc.org / FSC-N000000

So nehmen Sie teil:

- 👍 Gefällt mir
- 👤 Markieren Sie einen Freund, der Wälder liebt

Mehr über unseren Einsatz für verantwortungsvolle Beschaffung erfahren Sie unter diesem Link: woodenproducts.com
 #Gewinnspiel #FSC

Beispiel: Verwendung der FSC-Marken in sozialen Medien



Unsere Sohlen bestehen aus FSC-zertifiziertem Naturkautschuk – verantwortungsvoll beschafft und sofort einsatzbereit. (FSC N000000)

- FSC-Initialen
- FSC-Lizenzcode
- Werbeaussage

- FSC-Logo
- FSC-Lizenzcode
- Werbeaussage
- FSC-Website



Tipp:

Binden Sie die Werbeelemente in ein Bild oder eine Grafik ein

5. Verwendung der FSC-Marken auf E-Commerce-Plattformen, Online-Marktplätzen und in Online-Shops

Beim Verkauf von FSC-zertifizierten Produkten auf Plattformen von Drittanbietern oder in Ihrem eigenen Online-Shop gelten folgende Anforderungen:

- Bei der Abkürzung „**FSC**“ oder der vollständigen Bezeichnung „**Forest Stewardship Council**“ darf das Registrierungssymbol in Fotos, Bildunterschriften und Beschreibungen weggelassen werden. Das FSC-Logo muss immer mit dem Registrierungssymbol dargestellt werden.
- Verwenden Sie immer „**FSC-zertifiziert**“, wenn Sie die Abkürzung „FSC“ oder den vollständigen Namen in Ihrem Produkttitel oder in Produktbeschreibungen verwenden. Zum Beispiel „FSC-zertifizierter Tisch“ und nicht „FSC-Tisch“ oder „zertifizierter Tisch“.
- Wenn die FSC-Marken, die FSC-Website oder der FSC-Lizenzcode im Footer, also der Fußzeile, der Website verwendet werden, fügen Sie einen Hinweis wie „Achten Sie auf unsere FSC-zertifizierten Produkte“ hinzu.

Jedes Produktlisting und jede Produktseite gilt als eigenständiges Werbematerial.

Wohnzimmer Schlafzimmer Outdoor

RUNDER COUCHTISCH AUS HOLZ

Dieser elegante und minimalistische runde Couchtisch ist aus FSC®-zertifiziertem Walnussholz gefertigt und mit einer natürlichen Oberfläche versehen, die die einzigartige Maserung des Holzes hervorhebt. Seine solide Konstruktion und die konischen Beine verleihen jedem Raum Wärme und Ausgewogenheit – ideal für Wohnzimmer, Lounges oder gemütliche Cafés.

329 €

Produktabmessungen: Ø 90 x 45 cm
 Maximale Belastung: 22,7 kg
 Farbe: Walnuss
 Pflegehinweise: Mit einem trockenen Tuch abwischen

FSC
 Der Forest Stewardship Council® setzt sich weltweit für verantwortungsvolle Waldwirtschaft ein.

FSC#N000000

Mehr dazu finden Sie auf www.fsc.org

IN DEN WARENKORB LEGEN

- FSC-Logo
- FSC-Lizenzcode
- Werbeaussage
- FSC-Website

Beispiel: Verwendung der FSC-Marken in einem Produktlisting – ein eigenständiges Werbematerial

EICHENMÖBEL	KONZEPT	THEMA	PUBLIKUM	VERFAHREN	KONTAKT
-------------	---------	-------	----------	-----------	---------

FSC®-ZERTIFIZIERTER EICHENSTUHL

Der Forest Stewardship Council® (FSC®) fördert eine umweltgerechte, sozialverträgliche und wirtschaftlich tragfähige Bewirtschaftung der Wälder weltweit.

FSC N000000 / www.fsc.org

Der aus massiver Eiche gefertigte Stuhl verleiht jedem Raum zeitlose Wärme und natürliche Eleganz. Dank seiner robusten Konstruktion, der glatten Oberfläche und der komfortablen Ergonomie ist er für den täglichen Gebrauch konzipiert und wertet gleichzeitig die Ästhetik Ihres Zuhauses auf. Ideal für Esszimmer, Küchen oder gemütliche Lesecken.

Marke: ABC
 Farbe: Schwarz
 Material: FSC-zertifizierte Eiche

315,00 €

- FSC-Logo
- FSC-Lizenzcode
- Werbeaussage
- FSC-Website

Beispiel: Verwendung der FSC-Marken in einem Produkttitel, einer Produktbeschreibung und einem Pop-up-/Einblendungsfenster

6. Lassen Sie sich inspirieren!

Es gibt viele Möglichkeiten, Ihre Werbelizenz hervorzuheben und über FSC sowie FSC-zertifizierte Produkte zu kommunizieren. Zum Beispiel:



Nehmen Sie an FSC-Kampagnen wie der FSC Forest Week teil, indem Sie die im [FSC Brand Hub](#) bereitgestellten Marketingmaterialien nutzen oder eigene erstellen.



Nehmen Sie an Veranstaltungen und Aktivitäten im Zusammenhang mit FSC teil, wie beispielsweise Workshops, Aktivitäten zur Einbindung der Öffentlichkeit, Branchenveranstaltungen oder Aktivitäten, die Ihr Unternehmen oder Organisation veranstaltet oder an denen Sie teilnehmen und bei denen auch FSC oder Ihre FSC-zertifizierten Produkte Thema sind oder sein sollen.



Erklären Sie Ihren Zielgruppen, was das FSC-Produktkennzeichen bedeutet, um zu zeigen, warum eine verantwortungsvolle Beschaffung wichtig ist.



Einblicke hinter die Kulissen: Zeigen Sie, wie FSC-zertifizierte Produkte in Ihrem Betrieb eingesetzt werden, woher die Materialien stammen und welche Auswirkungen eine verantwortungsvolle Waldwirtschaft auf Menschen und Natur hat.





Storytelling: Erzählen Sie Geschichten, die Ihre FSC-zertifizierten Produkte zum Leben erwecken.



Saisonale oder themenbezogene Kampagnen: Beziehen Sie FSC-zertifizierte Produkte in Weihnachtsaktionen, Nachhaltigkeitskampagnen oder Produktneueinführungen ein.



Wenden Sie sich an Ihren TSP, um Unterstützung bei der Erstellung von Werbematerialien zu erhalten, die die FSC-Marken verwenden.

ANHANG 1.

WERBEAUSSAGEN

Dieser Anhang enthält eine Auswahl empfohlener Werbeaussagen zur Beschreibung von FSC, Ihrer FSC-Werbelizenz sowie FSC-zertifizierter Produkte und Projekte. Sie können diese Botschaften unverändert verwenden oder an Ihre Kommunikationsbedürfnisse anpassen.

Die Hinweise in diesem Anhang erläutern, wie man mit den Aussagen umgehen kann – beispielsweise durch Anpassen oder Kombinieren, Kürzen des Textes oder Ändern der Perspektive –, wobei sichergestellt werden muss, dass sie korrekt, klar und wahrheitsgemäß bleiben. Die Liste erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit und soll eine Vielzahl von Kommunikationsbedürfnissen in unterschiedlichen Kontexten, für verschiedene Zielgruppen und über verschiedene Kanäle hinweg unterstützen.

Alle Werbeaussagen müssen Ihrem TSP zur Genehmigung vorgelegt werden, auch wenn sie wörtlich übernommen werden.

1. Wie man eine Werbeaussage kombiniert, anpasst und aus einer anderen Perspektive betrachtet

Je nachdem, welche Werbeaussage Sie verwenden möchten, können Sie die bereitgestellten Formulierungen kombinieren, um Ihre Botschaft zu vermitteln.

BEISPIEL:

Beschreibung eines FSC-zertifizierten Produkts mit dem FSC –100%-Kennzeichen unter Verwendung der bereitgestellten Formulierungen

Wählen Sie eine erste Aussage

- ▶ Dieses [Produkt] besteht aus FSC-zertifiziertem [waldbasiertem Material].
- ▶ Das [waldbasierte Material] in diesem [Produkt] stammt aus FSC-zertifizierten Wäldern.
- ▶ Das gesamte [waldbasierte Material] in diesem [Produkt] stammt aus FSC-zertifizierten Wäldern.



UND wählen Sie eine zweite Aussage

- ▶ Das FSC 100 %-Kennzeichen zeigt an, dass das [Produkt] ausschließlich aus [waldbasiertem Material] aus FSC-zertifizierten Wäldern hergestellt wurde. www.fsc.org
- ▶ Das FSC 100 %-Kennzeichen bedeutet, dass für die Herstellung dieses [Produkts] ausschließlich [waldbasiertes Material] aus FSC-zertifizierten Wäldern verwendet wurde. www.fsc.org



Ergebnis:

Dieses Produkt besteht aus FSC®-zertifiziertem Holz. Das FSC 100%-Kennzeichen zeigt, dass dieses Spielzeug ausschließlich aus Materialien aus FSC-zertifizierten Wäldern hergestellt wurde. Weitere Informationen finden Sie unter www.fsc.org.

Als Inhabende einer Werbelizenz möchten Sie vielleicht Informationen zu Ihren Produkten, Ihrer Lizenz oder dem FSC in derselben Aussage vermitteln, um Ihre Botschaft zu untermauern. Dazu können Sie die bereitgestellten Werbeaussagen kombinieren, kürzen oder aus einer anderen Perspektive formulieren. Beispiele finden Sie im nächsten Abschnitt.



BEISPIEL:

Kombination der bereitgestellten Werbeaussage

Wie lässt sich FSC beschreiben?

Der Forest Stewardship Council® (FSC®) setzt sich weltweit für eine verantwortungsvolle Waldwirtschaft ein. www.fsc.org

So beschreiben Sie Ihre Werbelizenz

Wussten Sie, dass das [waldbasierte Material] in diesen [Produkten] FSC-zertifiziert ist? Mit unserer FSC-Werbelizenz stellen wir FSC-zertifizierte Produkte in den Vordergrund und [verwenden/verkaufen] sie, um unser Engagement für die Wälder weltweit zu zeigen www.fsc.org

ERGEBNIS

Der Forest Stewardship Council® (FSC®) setzt sich weltweit für eine verantwortungsvolle Waldwirtschaft ein. Wussten Sie, dass der Bambus in diesen Spielzeugen FSC-zertifiziert ist? Mit unserer FSC-Werbelizenz heben wir FSC-zertifizierte Produkte hervor und verkaufen sie, um unser Engagement für die Wälder dieser Welt zu zeigen. www.fsc.org

Im Folgenden finden Sie ein Beispiel dafür, wie diese Aussagen kombiniert und gekürzt werden können.

Wie lässt sich FSC beschreiben?

Der Forest Stewardship Council® (FSC®) setzt sich weltweit für eine verantwortungsvolle Waldwirtschaft ein. www.fsc.org

So beschreiben Sie Ihre Werbelizenz

Wussten Sie, dass das [waldbasierte Material] in diesen [Produkten] FSC-zertifiziert ist? Mit unserer FSC-Werbelizenz heben wir FSC-zertifizierte Produkte hervor und [verwenden/verkaufen] sie, um unser Engagement für die Wälder weltweit zu zeigen. www.fsc.org

ERGEBNIS

Der Forest Stewardship Council® (FSC®) setzt sich weltweit für eine verantwortungsvolle Waldwirtschaft ein. ~~Wussten Sie, dass die waldbasierten Materialien in diesen [Produkten] FSC-zertifiziert sind?~~ Mit unserer FSC-Werbelizenz heben wir FSC-zertifizierte Produkte hervor und verkaufen sie, um unser Engagement für die Wälder dieser Welt zu zeigen. www.fsc.org

Nachfolgend finden Sie ein Beispiel für einen gekürzten Werbetext.

Ausführliche Aussage	Kurzbeschreibung
Alle [waldbasierten Materialien] in diesem [Produkt] stammen aus recycelten Materialien, wodurch der Bedarf an Primärmaterial reduziert und eine Kreislaufwirtschaft gefördert wird, da die Fasern länger im Kreislauf bleiben. www.fsc.org	Alle [waldbasierten Materialien] in diesem [Produkt] stammen aus recycelten Materialien, wodurch der Bedarf an anstelle von Primärmaterial verringert und eine Kreislaufwirtschaft gefördert wird, da die Fasern länger im Kreislauf bleiben. www.fsc.org

Im Folgenden finden Sie ein Beispiel dafür, wie man die Perspektive einer Aussage ändern kann.

Aus Sicht der Verbraucher	Aus Sicht des Unternehmens
Mit der Wahl dieses [Produkts] tragen Sie dazu bei, den Bedarf an Primärmaterial zu senken. Das FSC Recycled-Kennzeichen bestätigt, dass alle [waldbasierten Materialien] recycelt sind. www.fsc.org	Indem wir uns dafür entscheiden, Produkte aus recycelten Materialien zu beziehen, tragen wir dazu bei, den Bedarf an Primärmaterial zu senken. Das FSC-Recycled-Kennzeichen bestätigt, dass alle [waldbasierten Materialien] recycelt sind. www.fsc.org

So ersetzen Sie die Platzhalter in eckigen Klammern „[]“

Die Platzhalterklammern „[]“ dienen dazu, die Art der erforderlichen Formulierung anzugeben und stellen nicht den genauen Wortlaut dar, der in einer Werbeaussage verwendet werden soll.

[Produkt]



Der Name des beschriebenen Produkts, z. B. Tisch, Stuhl, Notizbuch.

[waldbasiertes Material]



Das verwendete FSC-zertifizierte Material, wie auf dem FSC-Produktkennzeichen angegeben, z. B. Holz, Papier, Zellstoff, Naturkautschuk.

[Unternehmen/ Organisation]



Der Name Ihres Unternehmens oder Ihrer Organisation. In Fällen, in denen der Firmenname bereits im Text vorkommt, kann er durch „unser“ ersetzt werden.

BEISPIEL:



[Unternehmen oder Organisation] ist davon überzeugt, dass Wälder für unsere Zukunft unverzichtbar sind. Deshalb bewerben wir die von uns verkauften FSC-zertifizierten **[Produkte]** mit unserer FSC-Werbelizenz. So können wir Ihnen helfen, bessere Entscheidungen zum Wohle unserer Wälder zu treffen forests.
www.fsc.org



Unternehmen ABC ist davon überzeugt, dass Wälder für unsere Zukunft unverzichtbar sind. Deshalb bewerben wir unsere FSC-zertifizierten **Spielzeuge** mit unserer FSC-Werbelizenz. So können wir Ihnen helfen, bessere Entscheidungen zum Wohle unserer Wälder zu treffen. www.fsc.org

Platzhalter für die Angabe der Auswahl

Die Platzhalterklammern „[]“ dienen dazu, eine Auswahl zwischen verschiedenen Optionen anzuzeigen.

[und/oder]

[verwenden/verkaufen]



Wählen Sie die Option aus, die Ihr Produkt oder Ihre Tätigkeit am besten beschreibt (Verwendung von FSC-zertifizierten Produkten oder Verkauf von FSC-zertifizierten Produkten). Wenn Sie sich nicht sicher sind, wählen Sie die allgemeinere Option (in der Regel „oder“).

BEISPIEL:**ALLGEMEINSTE OPTION**

Als Inhaber einer FSC-Werbelizenz sind wir berechtigt, FSC-zertifizierte Produkte zu bewerben, die wir **[verwenden/verkaufen]**. Dieses **[Produkt]** besteht aus FSC-zertifizierten **[und/oder]** recycelten **[und/oder]** anderen kontrollierten Materialien. www.fsc.org



Als Inhaber einer FSC-Werbelizenz sind wir berechtigt, die von uns **verkauften** FSC-zertifizierten Produkte zu bewerben. Dieser **Tisch** besteht aus FSC-zertifizierten, recycelten **oder** anderen kontrollierten Materialien. www.fsc.org



© FSC / Jonathan Perugia

2. Liste der Werbeaussagen

Wie lässt sich FSC beschreiben?

Aussagen in voller Länge

1. Der Forest Stewardship Council (FSC) setzt sich weltweit für eine verantwortungsvolle Waldwirtschaft ein. www.fsc.org
2. Der Forest Stewardship Council (FSC) bietet Lösungen zum Schutz der Artenvielfalt und zur Bekämpfung von Entwaldung und Klimawandel, indem er eine verantwortungsvolle Waldwirtschaft fördert. www.fsc.org
3. Der Forest Stewardship Council (FSC) setzt sich für eine ökologisch vertretbare, sozial vorteilhafte und ökonomisch tragfähige Waldwirtschaft weltweit ein. www.fsc.org
4. Weltweit sind über 150 Millionen Hektar Wald nach den anspruchsvollen Standards des Forest Stewardship Council (FSC) zertifiziert. FSC wird von großen NGOs unterstützt, von Verbrauchern wiedererkannt und genießt das Vertrauen der Wirtschaft. www.fsc.org

Wie man die FSC-Werbelizenz, FSC-zertifizierte Produkte und das FSC-Kennzeichen beschreibt

Aussagen in voller Länge	Prägnante Aussagen
5. Wussten Sie, dass das [waldbasierte Material] in diesen [Produkten] FSC-zertifiziert ist? Mit unserer FSC-Werbelizenz heben wir die von uns verkauften [FSC-zertifizierten Produkte] hervor und zeigen damit unser Engagement für die Wälder weltweit. www.fsc.org	
6. Als Inhaber einer FSC-Werbelizenz sind wir berechtigt, FSC-zertifizierte Produkte zu bewerben, die wir [verwenden/verkaufen]. (Nur hinzufügen, wenn FSC-zertifizierte Produkte verkauft werden). Achten Sie auf das FSC-Logo und leisten Sie Ihren Beitrag zum Schutz der Wälder. www.fsc.org	
7. [Organisation] entscheidet sich für FSC-zertifizierte Produkte, weil wir uns für den Schutz der Wälder und der Menschen, die von ihnen abhängig sind, einsetzen. Dank unserer FSC-Werbelizenz können wir für die FSC-zertifizierten Produkte werben, die wir [verwenden/verkaufen].	
UND wählen Sie eine zweite Aussage	
Der Forest Stewardship Council (FSC) bietet Lösungen zum Schutz der biologischen Vielfalt und zur Bekämpfung von Entwaldung und Klimawandel durch die Förderung einer verantwortungsvollen Waldwirtschaft. www.fsc.org	
Der Forest Stewardship Council (FSC) fördert eine ökologisch angemessene, sozial vorteilhafte und ökonomisch tragfähige Waldwirtschaft weltweit. www.fsc.org	
Weltweit sind über 150 Millionen Hektar Wald nach den anspruchsvollen Standards des Forest Stewardship Council (FSC) zertifiziert. FSC wird von großen Nichtregierungsorganisationen unterstützt, von Verbrauchern wiedererkannt und genießt das Vertrauen der Wirtschaft. www.fsc.org	
8. [Organisation] ist davon überzeugt, dass Wälder für unsere Zukunft unverzichtbar sind. Deshalb setzen wir uns für FSC-zertifizierte [Produkte] ein. So können wir Ihnen helfen, bessere Kaufentscheidungen zum Wohle unserer Wälder zu treffen. www.fsc.org	
9. [Organisation] unternimmt konkrete Schritte, um weltweit das Bewusstsein für die Bedeutung der Wälder zu stärken. Mit unserer FSC-Werbelizenz erleichtern wir Ihnen die Auswahl FSC-zertifizierter Produkte, indem wir die von uns angebotenen FSC-zertifizierten Produkte besonders hervorheben. Mit Ihrer Entscheidung für FSC zeigen Sie Ihr Engagement für die Wälder und die Menschen, die von ihnen abhängig sind. www.fsc.org	Dank unserer FSC-Werbelizenz können wir Ihnen dabei helfen, FSC-zertifizierte Produkte zu finden und auszuwählen, um Ihr Engagement für den Wald zu zeigen. www.fsc.org
10. Mit der Entscheidung für dieses FSC-zertifizierte [Produkt] zeigen Sie Ihr Engagement für die Wälder und die Menschen, die von ihnen abhängig sind. www.fsc.org	
11. Unsere FSC-Werbelizenz berechtigt uns dazu, für FSC-zertifizierte Produkte zu werben. Das FSC-Kennzeichen auf den Produkten, die wir [verwenden/verkaufen], zeigt unser Engagement für eine verantwortungsvolle Waldwirtschaft. Der Forest Stewardship Council (FSC) bietet Lösungen zum Schutz der Wälder weltweit und zur Bewältigung der Herausforderungen in den Bereichen Entwaldung, Klima und Biodiversität. www.fsc.org	

So beschreiben Sie Produkte mit dem FSC 100%-Kennzeichen

Aussagen in voller Länge	Prägnante Aussagen
<p>12. Wählen Sie eine erste Aussage</p> <p>Dieses [Produkt] besteht aus FSC-zertifiziertem [waldbasierten Material].</p> <p>Der [waldbasiertes Material in diesem [Produkt] stammt aus FSC-zertifizierten Wäldern.</p> <p>Der gesamte [waldbasierten Material] in diesem [Produkt] stammt aus FSC-zertifizierten Wäldern.</p> <p>UND wählen Sie eine zweite Aussage</p> <p>Die Verwendung des FSC 100%-Kennzeichens zeigt, dass das [Produkt] ausschließlich aus [waldbasierten Material] aus FSC-zertifizierten Wäldern hergestellt wurde. www.fsc.org</p> <p>Das FSC 100%-Kennzeichen bedeutet, dass für die Herstellung dieses [Produkts] ausschließlich [waldbasiertes Material] aus FSC-zertifizierten Wäldern verwendet wurde. www.fsc.org</p>	<p>Das gesamte [waldbasierte Material] in diesem [Produkt] stammt aus FSC-zertifizierten Wäldern. www.fsc.org</p>
<p>13. Mit dem Kauf dieses FSC-zertifizierten [Produkts] unterstützen Sie Wälder, die aktiv zum Erhalt der Artenvielfalt beitragen. Unabhängige, von Sachverständigen geprüfte Studien bestätigen, dass FSC-zertifizierte Wälder eine größere Vielfalt an Pflanzen und Säugetieren beherbergen als nicht zertifizierte, abgeholzte Wälder. www.fsc.org</p>	

So beschreiben Sie Produkte mit einem FSC MIX-Kennzeichen

Vollständige Erklärung
<p>14. Dieses [Produkt] besteht aus FSC-zertifizierten [und/oder] recycelten [und/oder] anderen kontrollierten Materialien. www.fsc.org</p>

So beschreiben Sie Produkte mit dem FSC RECYCLED-Kennzeichen

Aussagen in voller Länge	Prägnante Aussagen
<p>15. Alle [waldbasierten Materialien] in diesem [Produkt] stammen aus recycelten Materialien, wodurch der Bedarf an Primärmaterial reduziert und eine Kreislaufwirtschaft gefördert wird, da die Fasern länger im Kreislauf bleiben. www.fsc.org</p>	
<p>16. Das [waldbasierte Material] in diesem [Produkt] ist recycelt. Das FSC RECYCLED-Kennzeichen bestätigt, dass alle waldbasierten Materialien in diesem Produkt aus recycelten Quellen stammen. www.fsc.org</p>	<p>Alle [waldbasierten Materialien] in diesem Produkt stammen aus recycelten Materialien und nicht aus Primärmaterial. www.fsc.org</p>
<p>17. Mit der Wahl dieses [Produkts] tragen Sie dazu bei, den Bedarf an Material aus Primärwäldern zu senken. Das FSC RECYCLED-Kennzeichen bestätigt, dass das gesamte [waldbasierte Material] recycelt ist. www.fsc.org</p>	

So beschreiben Sie eine FSC-Projektzertifizierung: Vollständige Zertifizierung

Aussagen in voller Länge
<p>18. Dieses [Projektname] ist FSC-zertifiziert und verwendet [waldbasiertes Material] aus FSC-zertifizierten Wäldern, [und/oder] aus recycelten, [und/oder] kontrollierten Quellen.</p>
<p>UND wählen Sie eine zweite Aussage aus oder kombinieren Sie</p>
<p>Das zeigt das Engagement von [Unternehmen oder Organisation] für die Wälder und diejenigen, die von ihnen abhängig sind. www.fsc.org</p>
<p>Das mindert das Risiko, dass waldbasierte Materialien zu illegalem Holzeinschlag, Menschenrechtsverletzungen und der Zerstörung gefährdeter Ökosysteme beitragen. www.fsc.org</p>
<p>19. Alle [waldbasierten Materialien] in diesem [Name des Projekts] [sind] FSC-zertifiziert und [stammen] aus FSC-zertifizierten Wäldern, [und/oder] aus recycelten, [und/oder] kontrollierten Quellen.</p>
<p>UND wählen Sie eine zweite Aussage aus oder kombinieren Sie</p>
<p>Dies zeigt das Engagement von [Unternehmen oder Organisation] für die Wälder und diejenigen, die von ihnen abhängig sind. www.fsc.org</p>
<p>Dies mindert das Risiko, dass waldbasierte Materialien zu illegalem Holzeinschlag, Menschenrechtsverletzungen und der Zerstörung gefährdeter Ökosysteme beitragen. www.fsc.org</p>

Wie man eine FSC-Projektzertifizierung beschreibt: Prozentangaben

Vollständige Aussage

20. [xx]% der in diesem [Name des Projekts] verwendeten [waldbasierten Materialien] sind FSC-zertifiziert. Durch den [Besitz] eines [Name des Projekts] mit FSC-Projektzertifizierung unterstützen wir Lieferketten, die darauf abzielen, das Risiko zu mindern, dass waldbasierte Materialien zu illegalem Holzeinschlag, Menschenrechtsverletzungen und der Zerstörung gefährdeter Ökosysteme beitragen. www.fsc.org

Wie man die FSC-Projektzertifizierung beschreibt: Angaben zu den Komponenten

Aussagen in voller Form

Nur verwenden, wenn alle Komponenten mit dem FSC 100%-Siegel gekennzeichnet sind

21. Die in [Name des Projekts] verwendeten [Komponenten] sind FSC-zertifiziert. Alle in [dieser/diesen] [Komponente(n)] verwendeten [waldbasierte Materialien] stammen aus FSC-zertifizierten Wäldern. www.fsc.org

Nur verwenden, wenn alle Komponenten das FSC RECYCLED-Kennzeichen tragen

22. Die in [Name des Projekts] verwendeten [Komponenten] sind FSC-zertifiziert. Das [waldbasierte Material] stammt aus recycelten Quellen, wodurch der Bedarf an Primärmaterial verringert wird. www.fsc.org

Verwenden Sie diese Option, wenn die Komponenten eine Mischung aus verschiedenen FSC-Kennzeichnungen aufweisen (RECYCLED, MIX und/oder 100 %).

23. Die in [Name des Projekts] verwendeten [Komponenten] sind FSC-zertifiziert, wodurch das Risiko gemindert wird, dass waldbasiertes Material zu illegalem Holzeinschlag, Menschenrechtsverletzungen und der Zerstörung wichtiger Ökosysteme beitragen. www.fsc.org

3. Wie Sie Ihr Engagement für verantwortungsbewusste Beschaffung kommunizieren können

Wenn Sie einer breiteren Öffentlichkeit vermitteln möchten, warum Ihre Organisation FSC-zertifizierte Produkte wählt und wie dies Ihr Engagement für eine verantwortungsvolle Beschaffung widerspiegelt, können Sie dies durch Werbeaussagen tun, die gemeinhin als „Beschaffungsaussagen“ bezeichnet werden.

Die Beschaffungsaussagen beziehen sich auf den allgemeinen Ansatz Ihres Unternehmens bei der Beschaffung von FSC-zertifizierten Produkten und nicht auf ein bestimmtes FSC-zertifiziertes Produkt. Bei der Verwendung von Aussagen im Zusammenhang mit der Beschaffung müssen Sie sicherstellen, dass:

- Ihre Angaben korrekt und überprüfbar sind
- Die genannten Produkte:
 - ▶ das FSC-Kennzeichen* tragen und
 - ▶ Teil der regulären oder wesentlichen Beschaffung Ihres Unternehmens sind.

* Es können Ausnahmen gelten. Wenden Sie sich für weitere Informationen an Ihren TSP.

Alle derartigen Angaben müssen korrekt und überprüfbar sein und mit dem Geltungsbereich Ihrer FSC-Werbelizenz übereinstimmen.

BEISPIELE FÜR ZULÄSSIGE BESCHAFFUNGSAUSSAGEN IM BESCHAFFUNGSWESEN

- *Bis zum Jahr YYYY sollen alle unsere [Produktart] FSC®-zertifiziert sein.*
- *[Firmenname] bevorzugt FSC®-zertifizierte [Produktart].*

Wenn Aussagen Verpflichtungsziele, Zielvorgaben oder Prozentsätze enthalten, kann eine zusätzliche Überprüfung erforderlich sein. Ihr TSP kann Sie beraten, wie sichergestellt werden kann, dass diese Angaben den FSC-Anforderungen entsprechen.

Im Rahmen einer Werbelizenz dürfen sich Aussagen zur Beschaffung nicht allein auf den Materialeinsatz beschränken und dürfen keinen FSC-zertifizierten Materialanteil beschreiben, sofern dieser nicht durch ein FSC-Produktkennzeichen belegt ist.

Die folgenden Aussagen können von Ihrem TSP nicht überprüft und bestätigt werden, da sie zu vage sind oder sich nur auf FSC-zertifiziertes Material oder den Einsatz von Inhaltsstoffen ohne FSC-Kennzeichen beziehen, wie zum Beispiel:

70% der in diesem Pullover verwendeten Fasern sind FSC-zertifiziert



Das Produkt trägt kein FSC-Kennzeichen und die Aussage bezieht sich auf den Materialeinsatz.

Einige unserer Produkte sind FSC-zertifiziert.



Diese Aussage ist nicht konkret oder überprüfbar.

ANHANG 2.

WERBUNG FÜR FSC-BEZOGENE DIENSTLEISTUNGEN

Dieser Abschnitt richtet sich an Organisationen und Unternehmen, die FSC-bezogene Dienstleistungen wie Schulungen, Beratung oder unterstützende Dienstleistungen anbieten.

Was sind FSC-bezogene Dienstleistungen?

Zu den FSC-bezogenen Dienstleistungen gehören Tätigkeiten wie:

- Schulungen zu FSC-Standards und -Anforderungen
- Beratung oder unterstützende Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Zertifizierung
- Unterstützung bei der Umsetzung von FSC-Prozessen

Durch die Werbung für Ihre Dienstleistungen können Sie sich auf dem Markt profilieren und Unternehmen gewinnen, die fachkundige Unterstützung suchen.

Sie dürfen die FSC-Marken verwenden, um Ihre Dienstleistungen in verschiedenen Materialien zu bewerben, darunter:

- Auf Ihre Website
- In Präsentationen
- In Schulungsmaterialien und -ressourcen
- In Broschüren und anderen Marketingmaterialien

Wichtig: Sie tragen die volle Verantwortung für die Richtigkeit aller Verweise auf FSC in Ihren Materialien. Um dies deutlich zu machen, müssen Sie in allen Werbematerialien einen Haftungsausschluss einfügen, der etwa wie folgt lauten sollte:

FSC ist nicht verantwortlich für den Inhalt von Schulungen, Beratungen oder Dienstleistungen, die von [Name der Organisation] angeboten werden.

Vermeiden Sie bei der Werbung für Ihre Dienstleistungen Formulierungen, die den Eindruck erwecken könnten, Sie würden den FSC oder eine Zertifizierungsstelle vertreten. Weisen Sie stattdessen deutlich darauf hin, dass Ihre Aufgabe darin besteht, Beratung und Unterstützung anzubieten, nicht aber Zertifizierungen durchzuführen.



The screenshot shows a website page for FSC certification services. At the top, there is a navigation bar with links for HOME, ÜBER UNS, ZERTIFIZIERUNG, FAQ, BLOG, and KONTAKT. The main heading is "FSC®-Zertifizierungsdienstleistungen". Below this, there are three images: a stack of logs, a colorful bird, and a wooden brush. The text on the page includes:

FSC-Zertifizierung leicht gemacht
Wir helfen Unternehmen, die FSC-Zertifizierung zu erreichen und aufrechtzuerhalten – durch fachkundige Beratung und umfassende Unterstützung.

Dienstleistungen
Wir bieten eine Reihe von FSC-bezogenen Dienstleistungen an, die auf die Bedürfnisse verschiedener Unternehmen und Lieferketten zugeschnitten sind. Ob Sie eine Erstzertifizierung oder fortlaufende Unterstützung benötigen – unsere Dienstleistungen orientieren sich an Ihren betrieblichen und geschäftlichen Zielen.

FSC-Gruppenzertifizierung
Wenn Sie ein kleineres Unternehmen sind, können Sie sich möglicherweise für die Teilnahme an einer FSC-Gruppenzertifizierung qualifizieren.

Zertifizierung für mehrere Standorte
Wenn Sie mehr als einen Standort haben, könnte die FSC Chain of Custody Multi-Site-Zertifizierung die Lösung für Sie sein.

Nationale Risikobewertungen
Wir können Sie bei der Durchführung Ihrer nationalen Risikobewertung unterstützen.

At the bottom, there are three buttons: "Entdecken Sie die FSC®-Gruppenzertifizierung", "Entdecken Sie die Multi-Site Zertifizierung", and "Nationale Risiko-bewertungen erkunden". Below these buttons, it says "FSC® N000000" and "www.fsc.org". A disclaimer at the bottom reads: "FSC ist nicht verantwortlich für den Inhalt von Schulungen und Dienstleistungen, die von unserer Organisation angeboten werden."

Beispiel: Werbung für FSC-bezogene Dienstleistungen

ANHANG 3.

BEWERBUNG ABGESCHLOSSENER FSC-ZERTIFIZIERTER PROJEKTE



Dieser Abschnitt richtet sich an Organisationen und Unternehmen, die ein FSC-zertifiziertes Projekt besitzen. Durch die Förderung eines FSC-zertifizierten Projekts unterstreichen Sie Ihr Engagement für verantwortungsbewusste Beschaffung und nachhaltige Waldwirtschaft.

Was ist ein FSC-zertifiziertes Projekt?

Ein FSC-zertifiziertes Projekt ist ein fertiggestelltes Bau- oder Tiefbauprojekt, ein einzelnes Kunst- oder Dekorationsobjekt oder ein Transportfahrzeug, das aus FSC-zertifizierten waldbasierte Materialien besteht oder diese enthält und über eine FSC-Zertifizierung verfügt.

Wer darf für ein abgeschlossenes FSC-zertifiziertes Projekt werben?

Sie dürfen für ein FSC-zertifiziertes Projekt werben, wenn:

- Sie der ursprüngliche Eigentümer des FSC-zertifizierten Projekts sind und Ihr Projektzertifikat abgelaufen ist, oder
- Sie ein abgeschlossenes FSC-zertifiziertes Projekt vom ursprünglichen Eigentümer des FSC-zertifizierten Projekts erworben haben.

Was gilt als gültige Dokumentation für FSC-zertifizierte Projekte?

Sie können Ihrem TSP folgende Unterlagen als Dokumentation vorlegen:

- eine Projektbescheinigung (ausgestellt von der zertifizierten Organisation und genehmigt von deren Zertifizierungsstelle)
- Rechnungen (falls das Projekt gekauft/verkauft wurde).

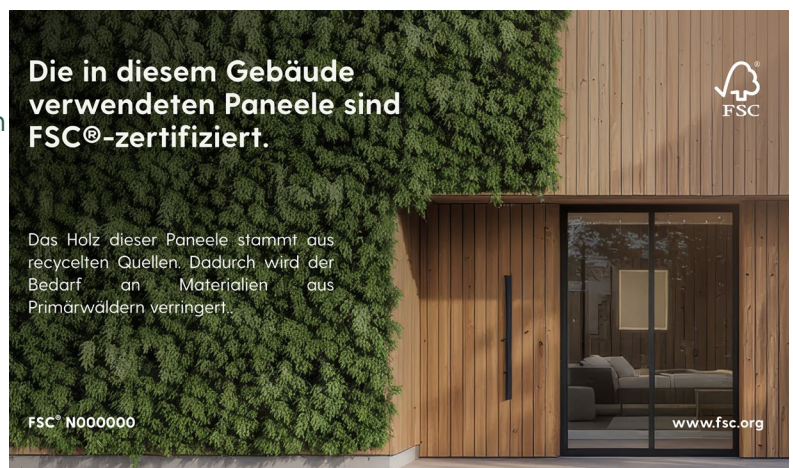
Eine Projektbescheinigung muss Folgendes enthalten:

- den Namen der Organisation, die das Projektzertifikat verwaltet hat
- eine eindeutige Kennung des Projekts (z. B. ABC-PRO-123456)
- Name und Kontaktdaten der projektzertifizierten Organisation
- das Datum des Projektabschlusses
- Projektname und Adresse (sofern zutreffend)
- Angabe der Projektaussage (z. B. Aussagen zu einer vollständigen Projektzertifizierung, Aussagen zu Komponenten, prozentuale Aussage).

Ihr TSP kann zusätzliche Informationen anfordern, um zu überprüfen, ob die eingereichten Unterlagen den Anforderungen entsprechen.

Achten Sie bei der Verwendung von Werbeaussagen darauf, dass diese mit den Angaben in Ihrer Projektbeschreibung und der Art der Projektzertifizierung übereinstimmen. Aussagen zu Projektzertifizierungen finden Sie in [Anhang I](#)

Weitere Informationen zur Projektzertifizierung finden Sie in [FSC-STD-40-006 FSC-Standard für die Projektzertifizierung](#).



Beispiel: Werbung für ein FSC-zertifiziertes Projekt

ANHANG 4.

LEITFADEN ZUR NUTZUNG VON MARKEN FÜR ZERTIFIZIERUNGSSTELLEN UND ZWEIGSTELLEN (AFFILIATES OFFICES)



Dieser Abschnitt gilt für Zertifizierungsstellen (CBs) und Zweigstellen, die FSC-Zertifizierungsdienstleistungen erbringen.

Zertifizierungsstellen

Zertifizierungsstellen (CBs) sind akkreditierte Organisationen, die für die Ausstellung und Verwaltung von FSC-Zertifikaten, die Sicherstellung der Einhaltung der FSC-Standards und die korrekte Umsetzung vor Ort verantwortlich sind.

Als Zertifizierungsstelle dürfen Sie die FSC-Marken zur Werbung für Dienstleistungen innerhalb Ihres Zertifizierungsbereichs verwenden, einschließlich auf Zertifikaten, der Website, Veranstaltungsmaterialien, Präsentationen, Videos, Dokumentvorlagen und anderen relevanten Materialien.

Alle Materialien müssen von einem geschulten Prüfer für FSC-Markennutzung bei der Zertifizierungsstelle oder von FSC International genehmigt werden.

Wenn Sie die FSC-Marken in Werbematerialien verwenden, fügen Sie Folgendes hinzu:

- eine Werbeaussage, z. B. „FSC-akkreditierte Zertifizierungsstelle“
- Ihren Lizenzcode im Format FSC® A000000.

Zweigstellen (Affiliate Offices)

Zweigstellen sind rechtlich eigenständige Unternehmen oder Einzelpersonen, die im Auftrag einer von FSC-akkreditierten Zertifizierungsstelle Zertifizierungsdienstleistungen erbringen.

Als Partnerbüro dürfen Sie die FSC-Marken verwenden, um Dienstleistungen oder Aktivitäten im Rahmen Ihrer FSC-akkreditierten Zertifizierungsstelle zu bewerben. Bevor Sie die FSC-Marken verwenden, müssen Sie:

- die entsprechende Genehmigung für Zweigstellen (Affiliate Offices) unterzeichnen und
- einen zugewiesenen Lizenzcode erhalten (Format: FSC® N000000).

Sie können die erforderliche Genehmigung über Ihre Zertifizierungsstelle durch einen gemeinsamen Antrag bei FSC erhalten. Zweigstellen dürfen die FSC-Marken auf denselben Arten von Materialien verwenden wie Zertifizierungsstellen, z. B. auf Websites, Veranstaltungsmaterialien, Präsentationen und anderen genehmigten Werbematerialien.

GENEHMIGUNG:



Alle Materialien müssen von einem geschulten Prüfer für FSC-Markennutzung bei der Zertifizierungsstelle oder von FSC International genehmigt werden.

Wenn Sie die FSC-Marken in Werbematerialien verwenden, fügen Sie bitte folgenden Hinweis hinzu:

„Erbringung von FSC®-Zertifizierungsdienstleistungen in Zusammenarbeit mit [Name der Zertifizierungsstelle].“



Beispiel: Korrekte Verwendung der FSC-Marken als Zertifizierungsstelle



Beispiel: Korrekte Verwendung der FSC-Marken als Zweigstelle

An aerial photograph of a vast, dense forest. The trees are mostly evergreens, with some deciduous trees showing autumnal colors. In the background, there are rolling hills and a few power line towers. A purple banner is overlaid on the top left, and a white rounded rectangle is in the center containing the title.

ANHANG 5.

GLOSSAR

E-Commerce-Plattform/Online-Marktplatz/Online-Shop:	Eine Online-Plattform, die den Online-Kauf und -Verkauf von Produkten ermöglicht. Dazu gehören Plattformen, die direkt von einem Inhaber einer Werbelizenz zum Verkauf seiner Produkte betrieben werden, sowie Plattformen, die von einem Dritten betrieben werden und auf denen der Inhaber einer Werbelizenz seine Produkte verkauft.
E-Commerce/Online-Marktplatz/Online-Shop – Produktbeschreibung:	Eine detaillierte Beschreibung eines Produkts, das auf einer E-Commerce-Plattform zum Verkauf angeboten wird. Sie liefert Kunden wichtige Informationen über das Produkt, seine Eigenschaften, Vorteile und alle weiteren relevanten Details, die ihnen bei der Kaufentscheidung helfen können.
E-Commerce/Online-Marktplatz/Online-Shop – Produktlisting:	Eine Seite oder ein Eintrag auf einer E-Commerce-Plattform, auf der ein bestimmtes Produkt zum Verkauf präsentiert wird. Es enthält detaillierte Informationen über das Produkt, damit potenzielle Kunden verstehen, was sie kaufen. Ein Produktlisting liefert detaillierte Informationen über das Produkt mithilfe von Produktbildern und Text. Dies dient dazu, potenziellen Kunden die Eigenschaften des Produkts näherzubringen und ihnen eine fundierte Kaufentscheidung zu ermöglichen. Jedes Produktlisting gilt als eigenständiges Werbematerial.
E-Commerce/Online-Marktplatz/Online-Shop – Produkttitel:	Ein prägnanter und aussagekräftiger Titel, der ein auf einer E-Commerce-Plattform zum Verkauf stehendes Produkt identifiziert. Er wird in der Regel oben im Produktlisting angezeigt und soll die Aufmerksamkeit potenzieller Käufer auf sich ziehen, während er gleichzeitig wichtige Informationen über den Artikel liefert. Er enthält in der Regel die Marke, den Produktnamen, die Größe, die Farbe, das Modell/die Serie sowie weitere zusätzliche Informationen.
Fertigprodukt:	Ein Produkt, das vor seiner beabsichtigten Nutzung oder dem Verkauf an den Endnutzer oder Endverbraucher keine weitere Verarbeitung, Kennzeichnung oder Verpackung durchläuft. Die Montage von Fertigprodukten, das Befüllen von Verpackungen und das Zuschneiden auf Maß gelten nicht als Produktumwandlung, es sei denn, diese Tätigkeiten beinhalten eine Umverpackung, eine Änderung der zertifizierten Produktzusammensetzung oder eine Neuetikettierung.
FSC-Aussage:	Eine Angabe in Verkaufs- und Lieferdokumenten für FSC-zertifiziertes Material oder FSC-Controlled Wood, die die Materialkategorie und – bei FSC-Mix- und FSC-Recycled-Produkten – einen zugehörigen prozentualen Anteil oder eine Credit-Aussage angibt.
FSC Brand Hub:	Ein Online-Tool, über das Werbelizenzinhaber auf FSC-Marken, Grafikvektoren, Marketing- und Kampagnenmaterialien (einschließlich Bildmaterial und kreativer Inhalte) sowie unterstützende und leitende Materialien zugreifen und diese herunterladen können.
FSC-Lizenzcode:	Identifikationscode, der an Unternehmen oder Organisationen vergeben wird, die einen FSC-Markenlizenzvertrag unterzeichnet haben. Für Inhaber einer Werbelizenz hat dieser die Form FSC N#####. Er dient zur Identifizierung des Unternehmens in der FSC-Lizenznehmerdatenbank.
FSC-Logo:	Das FSC-Logo mit dem Häkchen und dem Baum, darunter die Buchstaben „FSC“.
FSC-Produktkennzeichnung on-product label/FSC label:	Anordnung der erforderlichen Informationen und Gestaltungselemente, um eine öffentliche FSC-Aussage über die in einem Produkt verwendeten Materialien zu machen; diese ist auf dem Produkt, an dem Produkt oder an dessen Verpackung anzubringen.
FSC-zertifiziertes Produkt:	Ein Produkt, das alle geltenden Zertifizierungsanforderungen erfüllt und mit FSC-Aussage verkauft sowie unter Verwendung der FSC-Marken beworben werden darf. FSC-Controlled Wood gilt nicht als FSC-zertifiziertes Produkt.
Inhaber einer Werbelizenz:	Eine eingetragene juristische Person, die einen FSC-Werbelizenzvertrag unterzeichnet hat und die FSC-Marken ausschließlich in Werbematerialien verwenden möchte.

Lesbar:	Bezeichnet die Klarheit und die Lesbarkeit für Verbraucher.
Organisation(en) oder Unternehmen:	Eine eingetragene juristische Person, die eine FSC-Lizenzvereinbarung unterzeichnet hat, über eine gültige FSC-Werbelizenz verfügt und die FSC-Marke ausschließlich in Werbematerialien verwenden möchte.
Produktkette:	Die FSC-Produktkette (CoC) ist der Weg, den Rohstoffe, verarbeitete Materialien, Fertigprodukte und Nebenprodukte vom Wald bis zum Verbraucher oder (im Falle von recycelten Materialien oder Produkten, die diese enthalten) vom Verwertungsort bis zum Verbraucher zurücklegen, einschließlich jeder Stufe der Verarbeitung, Umwandlung, Herstellung, Lagerung und Transport, bei denen der Übergang zur nächsten Stufe der Lieferkette mit einem Eigentümerwechsel (unabhängige Verwahrung) der Materialien oder des Produkts einhergeht.
Soziale Medien:	Eine digitale Plattform oder Anwendung, die es Nutzern ermöglicht, Inhalte zu erstellen, zu teilen und miteinander sowie untereinander zu interagieren. Diese Plattformen erleichtern die Kommunikation, Zusammenarbeit und den Austausch von Informationen in verschiedenen Formaten, darunter Text, Bilder, Videos und Audio.
Soziale Medien – Beitrag:	Auf Social-Media-Plattformen gepostete Inhalte, die eigenen Text, Bilder, Bildkarussells, Videos, Links, Reels, Stories, Live-Inhalte oder andere Medien umfassen. Dies schließt keine Informationen oder eine Beschreibung des Social-Media-Kontos oder -Profils (z. B. Social-Media-Biografie) ein.
Trademark service provider (TSP):	Ein nationales oder regionales FSC-Büro, das von FSC autorisiert ist, Lizenzen für die Nutzung der FSC-Marken für Werbezwecke in einem bestimmten Gebiet zu vergeben und Dienstleistungen wie die Genehmigung der Nutzung der FSC-Marken für Inhaber von Werbelizenzen zu erbringen.
Verwendung der Marken auf dem Produkt:	Bezieht sich auf die Anbringung der FSC-Marken auf FSC-zertifizierten Produkten.
Website:	Eine Sammlung verwandter Internetseiten, die in der Regel durch einen gemeinsamen Domainnamen gekennzeichnet sind und über das Internet zugänglich sind. Eine Website umfasst mehrere Seiten oder Ressourcen unter derselben URL.
Werbliche Nutzung der Marken:	Bezieht sich auf die Darstellung der FSC-Marken auf Werbematerialien oder Werbeartikeln, die nicht zum Verkauf bestimmt sind.
Werbematerial:	Jede Art von Kommunikation, Inhalt oder Gegenstand, der erstellt wurde, um für FSC-zertifizierte Produkte oder den Status als Inhaber einer FSC-Werbelizenz zu werben oder die Öffentlichkeit für FSC zu sensibilisieren. Dazu gehören unter anderem Broschüren, Kataloge, Videos, Websites, Plakate, Banner, Beiträge in sozialen Medien und Kampagnen.
Zertifizierungsstelle:	Inстанz, die Konformitätsbewertungsleistungen erbringt und Gegenstand einer Akkreditierung sein kann (in Anlehnung an ISO/IEC 17011:2004 (E)). Akkreditierte Zertifizierungsstellen werden von Accreditation Services International (ASI) für die Zertifizierung nach freiwilligen Nachhaltigkeitsstandards akkreditiert.
Zweigstelle (Englisch: Affiliate Office):	Rechtliche Einheit außerhalb der organisatorischen Kontrolle der Zertifizierungsstelle, die alle oder einen Teil der FSC-akkreditierten Zertifizierungsleistungen erbringt. ANMERKUNG: Einzelne externe Mitarbeiter, wie z. B. beauftragte Auditoren oder technische Experten, gelten nicht als Zweigstellen.

Legende der Lizenzcodes

FSC N000000



Lizenzcode für Organisationen und Unternehmen, die über eine Werbelizenz verfügen

FSC A000000



Lizenzcode für Zertifizierungsstellen

FSC C000000



Lizenzcode für Unternehmen, die über eine FSC-Zertifizierung verfügen (Waldbewirtschaftung und/oder Produktkette)

FSC P000000



Lizenzcode für Organisation oder Unternehmen, die über eine FSC-Projektzertifizierung verfügen

FSC F000000



Lizenzcode für FSC, regionale und lokale Büros



© 2026 Forest Stewardship Council, A.C. Alle Rechte vorbehalten
FSC® F000100



Es ist Ihnen untersagt, die urheberrechtlich geschützten Inhalte dieses Dokuments ohne die ausdrückliche schriftliche Zustimmung des Herausgebers zu verbreiten, zu verändern, zu übertragen, wiederzuverwenden, zu vervielfältigen, erneut zu veröffentlichen oder für öffentliche oder kommerzielle Zwecke zu nutzen. Sie sind hiermit berechtigt, einzelne Seiten dieses Dokuments ausschließlich zu Informationszwecken anzusehen, herunterzuladen, auszudrucken und zu verbreiten.

Gedruckte Exemplare dieses Dokuments dienen nur zu Referenzzwecken. Bitte beziehen Sie sich auf die elektronische Fassung auf der FSC-Website (www.fsc.org), um sicherzustellen, dass Sie die aktuellste Version verwenden.

Dies ist die genehmigte offizielle deutsche Fassung. Bei Abweichungen zwischen der englischen Fassung und einer Übersetzung dieses Dokuments ist die englische Fassung maßgebend.

