

Press release**Hochschule Darmstadt****Simon Colin**

09/27/2013

<http://idw-online.de/en/news553671>Cooperation agreements, Research results
Environment / ecology, Nutrition / healthcare / nursing
transregional, national**h_da****CO₂-Fußabdruck für Produkte: Forschungsverbund legt Ergebnisse vor**

Kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) können von der Ermittlung des CO₂-Fußabdrucks für ihre Produkte profitieren. Er hilft ihnen dabei, die Produktion klimaschonender zu gestalten und kann das Ansehen beim Verbraucher erhöhen – wenn die Umwelt-Kennzeichnung glaubwürdig zum Image des Unternehmens passt. Denn Verbraucher stehen dem CO₂-Fußabdruck für Produkte (Product Carbon Footprint – PCF) bislang eher skeptisch gegenüber. Allerdings haben sie durch ihr Einkaufs- und Konsumverhalten einen erheblichen Anteil an der Klimabilanz von Produkten.

Das sind zentrale Erkenntnisse aus der nun abgeschlossenen Arbeit des Forschungsverbunds „PCF-KMU“, die dieser am heutigen Freitag im Rahmen eines Ergebnis-Workshops an der Hochschule Darmstadt präsentiert.

Der Forschungsverbund geht seit 2010 der Frage nach, welchen Nutzen der CO₂-Fußabdruck für Unternehmen und Verbraucher hat. Verbundpartner sind die Hochschule Darmstadt (h_da), die Hochschule Pforzheim und die Fachhochschule Bingen. Unterstützt wird das Projekt vom Bundesforschungsministerium mit einer Förderung in Höhe von insgesamt 750.000 Euro.

Im Zentrum der Arbeiten des dreijährigen Verbundprojekts standen Fragen der Methodik, um auf möglichst einfache, aber präzise Weise die Menge und die Anteile der Treibhausgase zu ermitteln, die im Lebenszyklus eines Produktes entstehen. Aus ihnen errechnet sich der CO₂-Fußabdruck. Hierzu gehören alle Emissionen von der Rohstoffgewinnung über die Produktion und den Vertrieb bis hin zur Nutzung durch den Verbraucher und anschließenden Entsorgung. Einen erheblichen Anteil an der Klimabilanz eines Produktes haben die Verbraucher. Beispiel Kaffee: die Zubereitung durch die Verbraucherin und den Verbraucher macht bis zu fünfzig Prozent des Kohlendioxid-Ausstoßes aus. Je nachdem, wie beispielsweise das Wasser erhitzt wird, wie verkalkt der Wasserkocher ist oder ob er der Kaffee mit einer Kapsel oder einem Filter zubereitet wird. Für Tee gilt das in ähnlicher Weise.

Um die für die Ermittlung des CO₂-Fußabdrucks nötigen Daten zu gewinnen, wurden in Kooperation mit Unternehmen aus der Lebensmittel- und Textilbranche Fallstudien durchgeführt. Die Forscher sind hierfür in die Unternehmen gegangen, um Informationen über die einzelnen Lebenszyklen eines Produktes zu erhalten. Sie erforschten den Ausstoß von klimaschädlicher Gasen auf dem Lebensweg von Wein, Bier, Apfelsaft, Mineralwasser, Tee, Öko-Textilien und Dispersionsfarbe. Die Unternehmen können hierdurch nun einschätzen, bei welchen Produktionsschritten besonders viel Kohlendioxid produziert wird und wo sich gegebenenfalls eine Einsparung erzielen lässt. Beteiligt hatten sich unter anderem die Firmen Merck (Darmstadt), Schott Solar (Mainz), Deutsche Amphibolin-Werke/Caparol (Ober-Ramstadt), Hess Natur-Textilien (Butzbach), Teekampagne (Potsdam) und die Kirner Privatbrauerei (Kirn), insgesamt etwa ein Dutzend Unternehmen aus ganz Deutschland.

Durchgeführt wurden die Fallstudien von der Hochschule Darmstadt und der Fachhochschule Bingen. Beteiligt waren hier die Sonderforschungsgruppe Institutionenanalyse (sofia) am Fachbereich Gesellschaftswissenschaften und Soziale Arbeit der h_da sowie das Institut für Umweltstudien und angewandte Forschung (IESAR) und die Transferstelle für rationelle und regenerative Energiesysteme (TSB) der Fachhochschule Bingen. Im Fokus der Hochschule Pforzheim

(Institut für Industrial Ecology – INEC) stand hingegen die Methodik der PCF-Bestimmung.

Die Einstellung der Verbraucher zu einer CO₂-Fußabdruck-Kennzeichnung wurde in mehrstündigen Gruppendiskussionen erhoben. Geleitet und ausgewertet wurde dieser Teil des Projekts von Prof. Bernd Steffensen von der Hochschule Darmstadt. Ein zentrales Ergebnis: die Verbraucher sind dem CO₂-Fußabdruck gegenüber skeptisch eingestellt und befürchten, dass die Industrie bei der flächendeckenden Einführung einer entsprechenden Kennzeichnung auf Produkten nicht für eine ausreichende Vergleichbarkeit der Angaben sorgt. Sie wünschen sich eine detaillierte Aufschlüsselung der CO₂-Verbrauchsanteile am Produkt. Ein weiteres Ergebnis der Verbraucherbefragungen: hilfreich für das Image der Hersteller ist der Fußabdruck nur, wenn er glaubwürdig zum Unternehmen passt. Für Discount-Marken wäre er somit nicht effektiv.

Die aus dem Verbundprojekt gewonnenen Erkenntnisse arbeiten die Forscherinnen und Forscher nun in mehreren wissenschaftlichen Beiträgen auf. Unter anderem wurde ein Leitfaden zur Berechnung des CO₂-Fußabdrucks entwickelt, der kleinen und mittelständischen Unternehmen zur Verfügung gestellt wird.

Ausführliche Informationen zum Projekt finden sich unter www.pcf-kmu.de

Fachlicher Ansprechpartner für die Medien
Hochschule Darmstadt
Fachbereich Gesellschaftswissenschaften und Soziale Arbeit
Haardtring 100 D-64295 Darmstadt

Prof. Dr. Bernd Steffensen
Tel +49.6151-16-8736
Mail bernd.steffensen@h-da.de

URL for press release: <http://www.pcf-kmu.de>