

# Consumer Carbon Footprint beim Einkauf von Bioprodukten

Manuel Mohr, Elmar Schlich (Hrsg.)

## Kurzfassung

Die Frage nach der Klimarelevanz einzelner Produkte und Dienstleistungen ist in der Klimadebatte der jüngeren Vergangenheit an der Tagesordnung. Die zur Verfügung stehende Methodik basiert auf zahlreichen Standards und Initiativen, deren Zielsetzung die Erstellung sog. Product Carbon Footprints (PCF) ist. Das vorherrschende Begriffsverständnis des PCF ist momentan ein rein produktbezogenes. Bilanzierungs- und Bewertungsprozesse finden somit in der Regel auf der Produzentenseite statt. Die Frage nach der Bedeutung des Endverbrauchers für die Treibhausgasemissionen entlang einer Prozesskette erscheint demnach als längst überfällig, obgleich sie vor dem Hintergrund der geringen Zahl bereits durchgeführter Untersuchungen auf diesem Forschungsgebiet bislang offenbar unterbewertet ist.

Die vorliegende Studie soll einen Beitrag bei der Schaffung neuer Erkenntnisse im Wirkungsbereich des Consumer Carbon Footprints (CCF) leisten. Im Zentrum der Untersuchung steht die Schnittstelle zwischen Point of Sale (PoS) und Privathaushalt, mit dem Ziel, allgemeingültige Aussagen über die Klimarelevanz des Einkaufswegs abzuleiten.

Die Untersuchung wird auf Kundenbefragungen gestützt, die dazu dienen, einen Einblick in die wichtigsten Parameter der Klimarelevanz von Einkaufsfahrten zu erlangen. Die gewonnenen Daten bieten die Möglichkeit, die realen Verhältnisse mithilfe einer geeigneten Methodik abzubilden. Die Entwicklung eines Allokationsmodells für die Zuweisung von Teilstrecken entsprechend ihrer Gewichtung am Gesamtprozess und der Vergleich mit bestehenden Ansätzen ist daher ein weiterer zentraler Punkt der Untersuchung.

Im Ergebnis zeigt sich ein mittlerer CCF beim Einkauf von Bioprodukten von ca. 1.000 g CO<sub>2</sub> je Kilogramm Einkaufsmasse. Signifikanten Einfluss auf das Bilanzergebnis haben die Haushaltsgröße und die Altersklassenzugehörigkeit der Befragten sowie einige universale Faktoren (Wahl des Verkehrsmittels, Infrastrukturanbindung, Einkaufsmasse u. a.). Ob sich in den Ergebnissen jedoch ausschließlich ein Effekt durch den untersuchten Distributionskanal und das Einkaufsverhalten abzeichnet, ist fraglich.

Wie die Sensitivitätsanalyse nachweisen kann, ist die Wahl der Systemgrenzen und des Allokationsverfahrens mitunter entscheidend für den CCF. Weiterer Forschungsbedarf besteht somit bei der Etablierung eines einheitlichen Allokationsstandards ebenso wie bei der Untersuchung anderer Distributionskanäle (z. B. Lieferdienste) und der Ausweitung des Untersuchungsrahmens auf die Nutzungsphase im Privathaushalt.

Online-Publikation, 109 Seiten

Erschienen im Shaker Verlag Aachen (2013)

ISBN OND-00000-0000165