Verbraucherzentrale Hamburg

Pressemitteilung vom 1. Dezember 2021

Lebensmittel mit Klimabonus überprüft

Verbraucherzentrale Hamburg veröffentlicht Ergebnisse eines Marktchecks zu Klimalabeln

Klimalabel sollten Verbraucherinnen und Verbrauchern helfen, ihren Konsum von Lebensmitteln klimafreundlicher zu gestalten. Dabei können die durch ein Produkt entstandenen CO2-Emissionen beziffert oder ein Lebensmittel als „Klimaneutral“ beziehungsweise „Klimapositiv“ gelabelt werden. Die Verbraucherzentrale Hamburg hat elf derzeit erhältliche Produkte mit Klimalabel im Rahmen eines Marktchecks genauer unter die Lupe genommen und deren Anbieter dazu befragt.

Gut fürs Klima trotz tierischer Inhaltsstoffe

„Ein Lebensmittel ist dann besonders klima- und umweltfreundlich, wenn dessen Zutaten, die Herstellung und der Transport wenig Energie verbrauchen“, sagt Jana Fischer von der Verbraucherzentrale Hamburg. Die Produktion der Rohstoffe ist bei Lebensmitteln häufig die größte Treibhausgasquelle. Produkte tierischen Ursprungs seien hinsichtlich ihrer Klimabilanz grundsätzlich als problematischer einzustufen. Trotzdem sind Klimaneutral-Label auf Hähnchenfilets von Wiesenhof, Pizza mit Salami und Mozzarella von Gustavo Gusto sowie Kuhmilch der Marke Fair & Gut von Aldi Nord zu finden. „Mit dem Kauf von solchen Produkten tut man dem Klima keinen Gefallen, auch wenn die Siegel etwas anderes vermuten lassen“, so Fischer.

Gut fürs Klima trotz konventioneller Landwirtschaft

Klimalabel bilden ausschließlich den Aspekt der CO2-Emissionen ab. Die Aussage eines solchen Labels ist daher klar abzugrenzen von der eines Bio-Labels, mit dem ökologisch erzeugte Lebensmittel gekennzeichnet werden. Einige Lebensmittel des Marktchecks wie das Knäckebrot von Wasa, die Hafermilch von Oatly oder die Pizza von Gustavo Gusto bestehen ausschließlich aus konventionell angebauten Rohstoffen. „Ein

Klimalabel kann Produkte nachhaltiger wirken lassen als sie tatsächlich sind, insbesondere wenn die Verpackung im passenden Öko-Look gestaltet ist“, warnt Fischer.

Gut fürs Klima trotz Einwegverpackungen

Problematisch für die Klimabilanz können laut Fischer auch Packungen sein, die als Einwegbehältnisse wertvolle Ressourcen verschwenden. In dieser Hinsicht vorbildlich handelt das Unternehmen Wunderbräu, das sein Bier ausschließlich in neutralen Mehrwegflaschen und Mehrwegkisten ausliefert, sodass diese von allen Brauereien genutzt werden können.

Vermeiden statt nur kompensieren

Um ihre Klimabilanz zu verbessern, gleichen die meisten angefragten Unternehmen entstandene Treibhausgase durch sogenannte Kompensationsprojekte aus. Mit diesen werden oft der Waldschutz, die erneuerbaren Energien oder ähnliche Maßnahmen im globalen Süden gefördert. Nur wenige Anbieter wie Followfood oder Aldi Nord können auch Kompensationsprojekte in Deutschland vorweisen.

„Im Sinne von Umwelt und Klima handeln Anbieter aber vor allem dann, wenn sie CO2-Emissionen nicht nur kompensieren, sondern den Ausstoß der schädlichen Gase grundsätzlich senken“, erklärt Fischer. Das könne beispielsweise durch mehr Energieeffizienz und den Einsatz erneuer-barer Energien in der Produktion geschehen oder die Umstellung des Sortiments hin zu mehr pflanzenbasierten Produkten. „Wie ernst es Unter-nehmen mit dem Klimaschutz wirklich ist, lässt sich oft erst auf den zweiten oder sogar dritten Blick erkennen“, so Fischer. Aussagekräftige Klimalabel seien für Verbraucherinnen und Verbraucher daher besonders wichtig.

Transparenz oft ungenügend

„Für die Auswahl klimafreundlicher Produkte im Supermarkt sind die meisten überprüften Label ungeeignet, weil sie nicht helfen, die richtige Wahl zu treffen“, meint Fischer. Nur bei der Schokolade von Veganz und dem Haferdrink von Oatly können Verbraucherinnen und Verbraucher direkt auf der Verpackung ablesen, welche CO2-Emissionen ihr Konsum verursacht. Beim Frei!burger von Followfood und den Früchtebreien von Hipp lässt sich diese Information zumindest von der Website abrufen. Für alle übrigen Lebensmittel des Marktchecks gibt es keine konkreten Zahlen,

sondern höchstens Links und QR-Codes, die Auskunft über den gesamten CO2-Ausstoß des Unternehmens geben und die dazugehörigen Kompensationsprojekte.

„Ein gutes Klimalabel muss intuitiv Orientierung geben, damit es beim routinierten Einkauf eine Wirkung entfaltet. Die CO2-Tonnen der Unternehmen helfen da nicht weiter“, sagt Fischer. „Ein einheitliches, staatliches Klimalabel mit konkretem Bezug zum Produkt und verbindlichen Kriterien sollte das Ziel sein, um Verbraucherinnen und Verbrauchern ein wirksames Werkzeug an die Hand zu geben.“

Weitere Informationen zum Marktcheck, Abbildungen der überprüften Produkte und die detaillierte Bewertung der Verbraucherzentrale sind veröffentlicht auf **www.vzhh.de/marktcheck-klimalabel**.

Bitte beachten Sie, dass die Meldung den Stand der Dinge zum Zeitpunkt ihrer Veröffentlichung wiedergibt.

© Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

https://www.vzhh.de/presse/lebensmittel-klimabonus-ueberprueft