




Tiefkühlkost frei gesprochen: Produkte in der Regel nicht klimaschädlicher als Dose oder Glas

Tiefkühlkost frei gesprochen: Produkte in der Regel nicht klimaschädlicher als Dose oder Glas - Die Klimabilanzen von Tiefkühlkost und anderen Angebotsformen - selbstzubereitet, Glas oder Dose - sind vergleichbar und liegen auf einem Niveau. Darüber, ob ein Produkt eine gute oder schlechte Klimabilanz hat, entscheidet vor allem die Rezeptur, das Einkaufsverhalten der Kunden, die Lagerung im Haushalt und die Zubereitung. Damit ist hier neben dem Produzenten der Verbraucher also eindeutig in der Pflicht. Er kann durch einen umsichtigen Umgang mit Lebensmitteln einen entscheidenden Beitrag zu mehr Klimaschutz leisten. Das sind die Ergebnisse einer Studie, die das Deutsche Tiefkühlinstitut beim Öko-Institut in Freiburg in Auftrag gegeben hat. Ermittelt wurden die Treibhausgasemissionen entlang des gesamten Produktlebenswegs von fünf repräsentativen Produktkategorien aus dem Bereich Tiefkühlkost. Die Ergebnisse für Weizenbrötchen, Hühnerfrikassee, Erbsen, Salamipizza und Kartoffelpuffer wurden dann mit anderen möglichen Angebotsformen verglichen. Die Umweltauswirkungen der Distribution, dazu gehören Transport und Lagerung, sind in allen untersuchten Produktgruppen sehr viel geringer als bisher angenommen. Bei Hühnerfrikassee und Pizza liegt deren Anteil an der Gesamtbilanz zum Beispiel bei nur zwei beziehungsweise sechs Prozent. Viel wichtiger ist das Verbraucherverhalten beim Einkauf: Eine Tiefkühlpizza mal eben mit dem Auto zu holen macht die beste Klimabilanz zunichte. Sowohl bei Tiefkühl-Brötchen als auch bei ungekühlten Brötchen fällt entlang der gesamten Wertschöpfungskette mehr als die Hälfte der Treibhausgasemissionen beim Endverbraucher an (Einkauf, Lagerung und Zubereitung im Haushalt). Bei der Betrachtung der gesamten Wertschöpfungskette für Tiefkühl-Frikassee hat die Rohwarenbereitstellung mit knapp zwei Dritteln (62 Prozent) oder 139 Gramm CO₂-Emissionen den größten Anteil an den Treibhausgasemissionen. Auch bei der ungekühlten und selbstzubereiteten Variante verursacht die Bereitstellung der Rohwaren die meisten Treibhausgasemissionen. Hier ist es die Fleisch-Produktion, die für hohe Emissionswerte sorgt. Die an der Studie beteiligten Unternehmen der Tiefkühlbranche werden nun mit dem Öko-Institut Optimierungsstrategien zur weiteren Senkung der CO₂-Emissionen von Tiefkühlprodukten erarbeiten. Weitere Informationen: aid-Broschüre "Tiefkühlkost - Einfrieren von A bis Z" Bestell-Nr. 61-1057, Preis: 4,50 Euro, www.aid-medienshop.de aid-Clip "Was hat mein Essen mit dem Klima zu tun?" <http://www.youtube.com/watch?v=LazKwwkQtDs> aid-app "Mein Essen - Unser Klima" <http://itunes.apple.com/de/app/aid-mein-essen-unser-klima/id463278890?mt=8> aid-Friedrich-Ebert-Straße 3 53177 Bonn Deutschland Telefon: 02 28/ 84 99-0 Telefax: 02 28/ 84 99-177 Mail: aid@aid.de URL: <http://www.aid.de>  http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pिनr_=507480 width="1" height="1">

Pressekontakt

aid

53177 Bonn

aid.de
aid@aid.de

Firmenkontakt

aid

53177 Bonn

aid.de
aid@aid.de

aid ? drei Buchstaben stehen für: Wissenschaftlich abgesicherte Informationen Fach- und Medienkompetenz Und ein kreatives Informationsangebot in den Bereichen "Verbraucher und Ernährung" sowie "Landwirtschaft und Umwelt". Wer informieren will, muss besser informiert sein. Die Vielzahl von Informationen, die täglich auf jeden von uns einströmt, ist kaum noch zu überblicken. Oft widersprechen sich die Aussagen und verwirren mehr als sie nützen. Gefragt sind Ratschläge, die wissenschaftlich abgesichert sind und sachlich informieren. Der aid hat sich genau das zur Aufgabe gemacht und bietet wissenschaftlich abgesicherte Informationen in den Bereichen "Verbraucher und Ernährung" und "Landwirtschaft und Umwelt". Unsere Aussagen sind unabhängig und orientieren sich an den gesicherten Erkenntnissen der Wissenschaft. In Zusammenarbeit mit Wissenschaftlern und Praktikern sammeln wir Fakten und Hintergrundinformationen, werten sie aus und bereiten sie zielgruppengerecht auf. Unsere Publikationen wenden sich an Verbraucher, Landwirte und Multiplikatoren wie Lehrer, Berater und Journalisten. Der aid ist ein gemeinnütziger Verein und wird aus Mitteln des Bundesministeriums für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft finanziert. Sein Auftrag, sachlich und interessenunabhängig zu informieren, ist in der Satzung festgelegt. Beim aid arbeiten namhafte Experten, Praktiker und Medienfachleute zusammen. Informationsmedien, die der aid herausgibt, entsprechen dem aktuellen Stand der wissenschaftlichen Erkenntnisse und vermitteln Wissen zielgruppengerecht und praxisorientiert.