



## Klimafreundlich einkaufen: In der Stadt einfacher als auf dem Land

Klimafreundlich einkaufen: In der Stadt einfacher als auf dem Land  
Wer in einer Stadt mit einer guten Infrastruktur lebt, kann leichter klimafreundlich Lebensmittel einkaufen. So lautet ein Fazit einer Studie der Justus-Liebig-Universität Gießen. Die Wissenschaftler hatten den "Endverbraucher-Kohlendioxid-Fußabdruck" (Consumer Carbon Footprint, CCF) bestimmt, der dem Anteil der Endverbraucher an der Klimabilanz von Prozessketten im Lebensmittelbereich entspricht. Der Fokus lag auf den Emissionen, die auf dem Weg zur Einkaufsstätte entstehen. Offenbar haben die Einkaufswege eine erhebliche Klimarelevanz. Die Forscher werteten statistische Daten zu Einkaufsmengen, Einkaufsstrecken und Kraftstoffverbrauch aus und bestimmten einen CCF-Wert von 280 Gramm Kohlendioxid pro Kilogramm Einkauf. Das ist deutlich höher als bisher angenommen, denn frühere Berechnungen ließen einen Wert von 107 beziehungsweise 140 Gramm pro Kilogramm Einkauf vermuten. Über 80 Prozent der Endverbraucher nutzen das Auto für den Einkauf und legen dabei durchschnittlich 2.600 Kilometer pro Jahr zurück. Jedes Jahr sind das über 200 Einkaufswege, bei denen im Schnitt je zehn Kilogramm Lebensmittel besorgt werden. Zusätzlich wurden rund 400 Endverbraucher in vier Supermärkten interviewt. Sie machten unter anderem Angaben zur Wahl des Transportmittels, zu technischen Daten des Autos und zu Entfernungen zur Einkaufsstätte. Das Ergebnis: Der "Fußabdruck" ist individuell und regional sehr unterschiedlich und maßgeblich vom Verkehrsmittel abhängt. Für die Universitätsstadt Gießen ergab sich ein CCF-Wert von nur 124 Gramm pro Kilogramm Einkauf, da nur 46 Prozent die Einkaufswege mit dem PKW zurücklegen. Vor allem Studenten nutzen häufig das Fahrrad, das Semesterticket oder gehen zu Fuß zum Supermarkt. Auf dem Land müssen die Menschen größere Einkaufsstrecken zurücklegen und haben daher höhere Kohlendioxidemissionen. Weitere Studien mit repräsentativen Stichproben und über längere Zeiträume sind jedoch notwendig, um die Ergebnisse zu untermauern.  
Wer klimafreundlich einkaufen möchte, sollte seine Einkäufe bewusst planen, raten die Gießener Forscher. Lassen Sie das Auto zuhause stehen und nutzen Sie öffentliche Verkehrsmittel oder das Fahrrad. Auf dem Land ist das häufig nicht möglich. Dann sollten die Einkaufsstrecken im Idealfall kurz und die Einkaufsmengen hoch sein. Auch Vorratseinkäufe auf dem Hin- oder Rückweg zur Arbeit sind im Hinblick auf die Klimabilanz positiv zu bewerten.  
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>

### 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.