

**Presseinformation**

zur Herbsttagung der Agrarsozialen Gesellschaft e.V.  
am 4. und 5. November 2020 in Göttingen

**Klimakrise!  
Landwirtschaft als Täter – Opfer – Retter?**

**Vortrag:** **Plädoyer für ein verpflichtendes staatliches Klimalabel**

**Referent:** **Dr. Anke Zühlsdorf, Agentur Zühlsdorf und Partner**

Das Essen macht im Durchschnitt knapp ein Fünftel der Klimabelastung eines Bürgers in Deutschland aus. Kann ein Klimalabel auf Lebensmitteln einen wirksamen Beitrag zum Klimaschutz leisten?

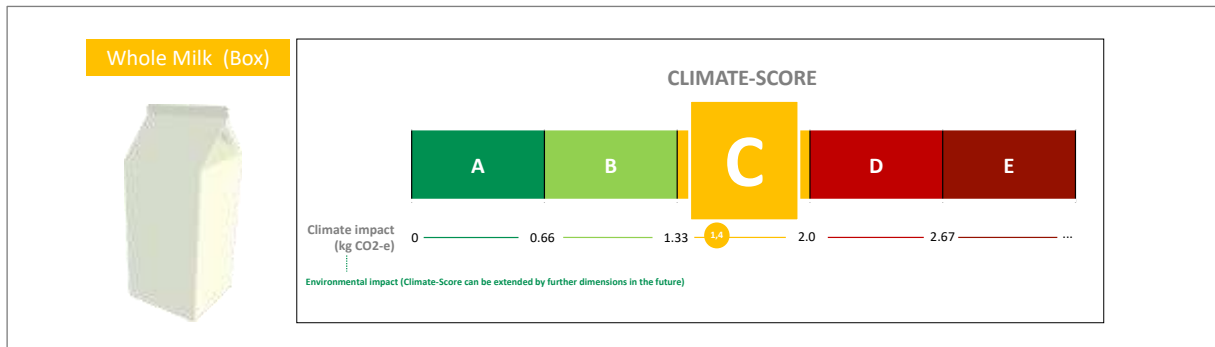
Bei der Umsetzung von Klimaschutzziele im Ernährungssektor spricht vieles dafür, nachfrageorientierte Instrumente einzusetzen. So ist die Landwirtschaft aus dem EU-Emissionshandelssystem und aus anderen Instrumenten wie dem deutschen Treibstoff-Emissionshandelsgesetz ausgeschlossen. Auch die kleinräumige Struktur des Agrarsektors und die Bedeutung anderer Treibhausgase neben CO<sub>2</sub> machen eine angebotsseitige Regulierung im Lebensmittelbereich schwieriger und rücken klimafreundliche Ernährungsmuster in den Vordergrund. Um es plastisch auszudrücken: Es nutzt dem Klima nichts, wenn in Deutschland die Tierhaltung reduziert wird, aber der Fleischkonsum gleichbleibt und das Fleisch dann importiert wird.

Aktuelle Forschungsarbeiten zeigen, dass die Klimawirkung der Lebensmittelwahl nicht zu vernachlässigen ist. Ein veganer Ernährungsstil verursacht z. B. mit ca. 1 t CO<sub>2</sub>-Äquivalenten pro Person und Jahr etwa die Hälfte der CO<sub>2</sub>-Emissionen, die bei einem Durchschnittsbürger auf das Essen entfällt. Eine vergleichbare Emissionseinsparung wäre auch bei flexitarischem Ernährungsstil erzielbar, wenn produktionstechnische Optimierungen hinzukommen.

In der Bevölkerung nimmt der Anteil der klimabewussten Konsumenten zu, gleichzeitig besteht kaum Transparenz über die Klimarelevanz von Lebensmitteln. Viele haben zwar schon mal von den hohen Treibhausgasemissionen bei Fleisch gehört, aber nur wenige haben eine Vorstellung davon, dass Käse nicht besser abschneidet. Die Klimarelevanz von Plastikverpackungen oder Transportentfernungen wird häufig überschätzt. Hinzu kommt, dass Verbraucher viele Lebensmittel mit hohem CO<sub>2</sub>-Fußabdruck nicht erkennen können, da z. B. klimaschädliche Flugtransporte oder der Anbau im beheizten Gewächshaus nicht gekennzeichnet werden. Ein Klimalabel kann handlungsrelevantes Wissen bei jedem Einkauf in die Gesellschaft transportieren. Zudem stellt es einen Anreiz für die Lebensmittelwirtschaft zur Optimierung des Angebots dar. Diese indirekten Wirkungen eines Klimalabels sind möglicherweise ähnlich wichtig wie der direkte Effekt auf das Ernährungsverhalten.

Klimaschutz gewinnt als Marketingargument zunehmende Bedeutung. Hersteller wie Unilever, Barilla oder Oatly planen eine Kennzeichnung oder labeln bereits jetzt. Um im bestehenden Label-Dschungel

weitere Verbraucherverwirrung gar nicht erst entstehen zu lassen, ist die Standardisierung wesentlicher Kriterien dringend erforderlich. In einem gemeinsamen Artikel haben Achim Spiller und ich konzeptionelle Vorschläge und zu klärende Fragen herausgearbeitet. Auf Basis des aktuellen Forschungsstands plädieren wir für ein (1) verpflichtendes, (2) staatliches, zunächst im Wesentlichen auf (3) Durchschnittswerten basierendes, (4) mehrstufiges, (5) interpretatives Klimalabel (mit Farben und Zahlen) auf (6) allen Lebensmitteln.



Spiller & Zühlsdorf 2020 (Daten: Reinhardt et al. 2020, S. 8)

In der vorgeschlagenen Form ist das Klimalabel ein relativ preisgünstiges Instrument der Klimapolitik, das über die direkte Wirkung auf den Konsum hinaus zur Versachlichung der Diskussion beitragen könnte. Es wird Zeit, dass eine breite gesellschaftliche Debatte dazu in Gang kommt.

Weitere Informationen und Literatur:

<https://agrardebatten.blog/2020/07/07/klimalabel-auf-lebensmitteln/>

Kontakt:

Dr. Anke Zühlsdorf

Zühlsdorf + Partner PartG | Agentur für Verbraucherborschung und Lebensmittelmarketing

Lehrbeauftragte Georg-August-Universität Göttingen – Fakultät für Agrarwissenschaften

[www.zuehlsdorf-und-partner.de](http://www.zuehlsdorf-und-partner.de)

Mail: [azuehls@gwdg.de](mailto:azuehls@gwdg.de)

Kontakt für Rückfragen:

Marion Bischoff, (0551) 4 97 09 – 0, [info@asg-goe.de](mailto:info@asg-goe.de)

Agrarsoziale Gesellschaft e.V., Kurze Geismarstr. 33, 37073 Göttingen, [www.asg-goe.de](http://www.asg-goe.de)