

© **Schwerpunkt »Wertschöpfung & Wertschätzung«**

## **Klimaneutral aussterben?**

### Kritische Bewertung von Klimaneutralitätslabels bei Lebensmitteln

von Silke Oppermann

*Beim Einkaufen beiläufig und mühelos die Klimakatastrophe abwenden? Eine Vorstellung, die ebenso verlockend wie fantasievoll klingt. Mit dieser Idee spielen die Anbieter von Klimaneutralitätslabels. Die Anzahl der angeblich klimaneutralen Produkte in Supermärkten nahm zu, als das Thema Klimaschutz in der Gesellschaft an Bedeutung gewann. In ihrer Masterarbeit hat sich die Autorin des folgenden Beitrags kritisch mit Klimaneutralitätslabels auf Lebensmitteln auseinandergesetzt und deren Beitrag zu den Pariser Klimazielen bewertet. Die Ergebnisse zeigen, dass die derzeitigen Klimaneutralitätslabels in vielen Kategorien mangelhaft abschneiden und eher nicht zur Erreichung der Pariser Klimaziele beitragen. Die Autorin schlägt vor, staatliche ganzheitliche Nachhaltigkeitssiegel einzuführen und Klimaneutralitätskennzeichnungen auf Produkt- und Unternehmensebene zu verbieten, um Verbraucher:innen vor irreführenden Informationen und Greenwashing zu schützen.*

Klimaneutralität ist spätestens seit der Verabschiedung des Pariser Klimaschutzabkommens *das* politische und wirtschaftliche Ziel unserer Zeit. Rund 150 Staaten, 250 Städte und fast die Hälfte der »Forbes Global 2000«-Unternehmen haben sich Klimaneutralitätsziele gesetzt.<sup>1</sup> Doch Herstellung und Transport von Lebensmitteln sind fast immer mit Emissionen verbunden, sei es durch Wiederkäuer, Mineraldünger, Landmaschinen, Bodenbewirtschaftung, Entwaldung, Lebensmittelverluste oder andere Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Lebensmittelsysteme tragen zu mehr als einem Drittel der globalen Treibhausgasemissionen bei.<sup>2</sup> Aktuell reicht unser Ernährungssystem alleine aus, das 1,5-Grad-Limit zu überschreiten.<sup>3</sup>

Können Klimaneutralitätslabels auf Lebensmitteln also wirklich zur Einhaltung der Klimaziele von Paris beitragen? Dieser Forschungsfrage widmete ich mich in meiner – 2024 mit dem BioThesis-Forschungspreis<sup>4</sup> ausgezeichneten – Masterarbeit im Studiengang Global Change Management an der Hochschule für Nachhaltige Entwicklung Eberswalde.<sup>5</sup> Im Corona-Winter 2021 begab ich mich in Supermärkten und im Internet auf die Suche nach Klimaneutralitätslabels. Fündig wurde ich unter anderem bei Hähnchenfleisch aus Massentierhaltung, tiefgekühlter Thunfischpizza, Schokolade, Kakao, Eiscreme, Senf, Knäckebröt,

Babynahrung, Bier, Mineralwasser, Fruchtsäften, Kuhmilch, tiefgefrorenen Bio-Riesengarnelen, die in vietnamesischen Mangrovenwäldern gefischt wurden, und vielem mehr.

Zwölf der identifizierten Klimaneutralitätslabels habe ich einer systematischen Überprüfung unterzogen. Kein einziges der Labels schnitt mit zufriedenstellendem Ergebnis ab. Im Gegenteil: Würden Klimaneutralitätslabels weiterhin genutzt, könnte es passieren, dass eines Tages alle Produkte klimaneutral gekennzeichnet sind, die Emissionen aber trotzdem weiter steigen. In dem Fall würden wir sozusagen »klimaneutral aussterben«, wie ich in meinem gleichnamigen Science Slam als Finalistin der Deutschen Meisterschaft 2023 erläuterte.<sup>6</sup>

Seit der Abgabe meiner Masterarbeit im Dezember 2021 hat sich einiges getan und weitere Veränderungen müssen umgesetzt werden. Doch der Reihe nach ...

#### **Was bedeutet »klimaneutral«?**

Der Begriff »klimaneutral« ist weder gesetzlich definiert noch rechtlich geschützt. Gleiches gilt für ähnliche Begriffe wie »net-zero«, »klimapositiv«, »CO<sub>2</sub>-negativ« oder »Negativemissionen«. Der Begriff »klimaneutral« kommt zwar im Pariser Klimaabkommen nicht vor, aber das Konzept zur Errei-

Abb. 1: In der Forschungsarbeit untersuchte Labels nach Eigentümern gruppiert



Alle nicht gesondert ausgewiesenen Logos sind Produktfotos mit © Silke Oppermann

chung des langfristigen Temperaturziels wird umschrieben mit: »die Balance von menschengemachten Emissionen zwischen Quellen und Entfernung durch Treibhausgas-Senken«. Durch das Rahmenabkommen der Vereinten Nationen über Klimaänderungen (UNFCCC) und den *Special Report on Global Warming of 1.5°C* des Weltklimarats (IPCC) sowie der Kommunikation der Europäischen Kommission ist der Begriff »klimaneutral« gleichzusetzen mit dem Erreichen der Klimaziele von Paris. Meiner Arbeit habe ich daher das Konzept von Klimaneutralität aus dem Paris-Abkommen zugrunde gelegt.

Hier beginnt das Verwirrspiel vieler Anbieter von Klimaneutralitätssiegeln. Viele (nicht alle!) legen ihren Labels eine angebliche Kompensation von CO<sub>2</sub> zugrunde. Dabei werden Emissionen westlicher Firmen gegengerechnet mit angeblich vermiedenen Emissionen, oft in Ländern des globalen Südens. Klimaschutzprojekte umfassen beispielsweise das Verschenken von Wasserfiltern an arme Familien im globalen Süden, um Emissionen durch das Abkochen von Wasser zu vermeiden, oder Waldschutzprojekte, bei denen bestehende Wälder nicht abgeholzt werden (wobei die Gefahr der Abholzung oft übertrieben dargestellt wird). Eine Vielzahl von Klimaschutzzertifikaten hat keinen (zusätzlichen) Klimanutzen.<sup>7</sup>

Die Kompensationslogik stammt aus dem Kyoto-Protokoll. Darin hatten nur die Annex-1 States (Industriestaaten) Klimaziele, die non-Annex1 States (globaler Süden) jedoch nicht. So entstand die Idee, dass

Reduktionen im globalen Süden auf die Klimaziele der Industriestaaten anrechenbar seien, während diese ihren Lebensstil und Produktionsprozesse unverändert beibehalten konnten. Mit dem Pariser Abkommen, das am 1. Januar 2021 in Kraft trat, haben nun jedoch alle Länder Reduktionsziele. Während der staatliche Markt versucht, durch bürokratische Anpassungen Doppelzählungen zu vermeiden, bleibt der private Zertifikatemarkt unreguliert, was echten Klimanutzen erschwert. Selbst wenn Klimaschutzprojekte tatsächlich Emissionen vermeiden, bleibt das Problem, dass das verbleibende CO<sub>2</sub>-Budget schrumpft. Das Gegenrechnen angeblich vermiedener Emissionen vermindert nicht die Menge der Treibhausgase, die bereits in der Atmosphäre sind.

### Forschungsaufbau der Studie

Um herauszufinden, ob Klimaneutralitätslabels auf Lebensmitteln einen sinnvollen Beitrag zur Erreichung der Pariser Klimaziele leisten können, habe ich zwölf solcher Labels genauer untersucht. Was unter »sinnvoll« zu verstehen ist, habe ich mithilfe einer literaturbasierten<sup>8</sup> Bewertungsmatrix definiert, die aus 54 Kriterien in neun Kategorien besteht. Diese Matrix ist in zwei Bereiche unterteilt: Der erste Teil bewertet die Glaubwürdigkeit der Kompensationsmaßnahmen, während der zweite die Glaubwürdigkeit der Labels aus Sicht der Verbraucherschaft beleuchtet. Für jedes Kriterium habe ich dargelegt, inwiefern es zur Ge-

samtfragestellung beiträgt, und ein Bewertungs- sowie Punktesystem entwickelt, das eine konsistente und vergleichbare Bewertung aller Labels gewährleistet.

Die Labels wurden durch eine systematische Internetrecherche und Supermarktbesuche identifiziert und nach ihren Eigentümern gruppiert (Abb. 1). Dabei sind berücksichtigt worden: sechs Labels von Kompensationsanbietern (Carbon Trust, ClimatePartner, Climate Line, Fokus Zukunft, MyClimate, NatureOffice) und sechs Labels von Unternehmen, die ihre Produkte selbst als »klimaneutral« kennzeichnen (Plant-for-the-Planet, Becker's Bester, Florida Eis, Hipp, Wasa, Albi). Die Auswahl erfolgte nach Relevanz: Größere, bekanntere und deutschlandweit vertreibende Unternehmen wurden bevorzugt analysiert, da davon ausgegangen wird, dass sie eher über die nötigen Ressourcen für effektiven Klimaschutz verfügen. Die für die Bewertung erforderlichen Daten habe ich auf den Websites und Social-Media-Kanälen der Labelinhaber gesammelt und durch Medienberichte, Webinare sowie andere Sekundärquellen ergänzt. Die Daten wurden im Jahr 2021 erhoben.

**8 aus 54: Beispiele von Evaluationskriterien**

Hier eine Auswahl von acht der 54 Kriterien meiner Bewertungsmatrix (Tab. 1). Aus Platzgründen und für eine bessere Übersichtlichkeit habe ich teilweise mehrere Kriterien zusammengefasst:

1. Wird der Ausstoß von Treibhausgasen im Produktionsprozess reduziert?
2. Gibt es Maßnahmen oder konkrete Pläne zum Entzug von CO<sub>2</sub> aus der Atmosphäre?

3. Wird die Berechnung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks des als klimaneutral vermarkteten Produktes veröffentlicht?
4. Wird erklärt, warum die Zertifikate für zusätzliche und permanente CO<sub>2</sub>-Einsparungen stehen und wie eine doppelte Anrechnung verhindert wird?
5. Fordern Zertifizierungsunternehmen eine veröffentlichte Strategie zum Ausstieg aus fossilen Energien? Veröffentlichen selbstzertifizierende Unternehmen eine solche Strategie?
6. Wird der Preis pro Tonne kompensiertes CO<sub>2</sub> offengelegt?
7. Wird die Definition von »klimaneutral« auf dem zertifizierten Produkt kommuniziert?
8. Ist das Unternehmen Mitglied in einer Initiative zur Qualitätssicherung von Nachhaltigkeitszertifikaten?

*zu 1: Klimaneutralitätslabel stehen nicht für die Reduktion von Treibhausgasen im Produktionsprozess*  
Keine der sechs selbstzertifizierenden Firmen und nur eine der sechs Zertifizierungsfirmen fordert für die Nutzung des Siegels eine Reduktion der Treibhausgase im Produktionsprozess. Lediglich das Siegel von Carbon Trust verlangt eine Reduktion der Treibhausgasemissionen für die Rezertifizierung nach einem Jahr. Allerdings ist das Ausmaß der Reduktion frei wählbar und kann deutlich unter den gesetzlich vorgeschriebenen Reduktionszielen liegen. Dies widerspricht der Idee, dass Siegel Erfolge kommunizieren sollten, die über gesetzlich verpflichtende Anforderungen hinausgehen. Dass auch die Privatwirtschaft an staatliche Klimaziele gebunden ist, zeigt der Gerichtsprozess Friends of the Earth vs. Royal Dutch Shell<sup>9</sup> im Jahr 2021. Um die Erderwärmung auf 1,5 Grad Celsius zu begrenzen, ist eine massive Reduktion der Treibhausgasemissionen erforderlich. Nur ein kleiner Teil der Emissionen kann künftig durch den dauerhaften Entzug von CO<sub>2</sub> aus der Atmosphäre kompensiert werden, da sämtliche diesbezüglichen technologischen Lösungen, etwa Direct Air Capture (DAC), noch sehr weit von skalierbaren Lösungen entfernt sind.

*zu 2: Klimaneutralitätslabels stehen nicht für die dauerhafte Entnahme von Treibhausgasen aus der Atmosphäre*

Keine der zwölf untersuchten Firmen nutzt Klimaschutzprojekte, die der Atmosphäre CO<sub>2</sub>

**Tab. 1: Bewertungsmatrix: Evaluation namhafter Anbieter von Klimaneutralitätslabels nach acht Kriterien**

Kriterium	1	2	3	4	5	6	7	8
Carbon Trust	○	-	-	-	-	-	+	○
ClimatePartner	-	○	-	-	-	-	+	-
Climate Line	-	-	-	-	-	-	+	-
Fokus Zukunft	-	-	-	-	-	-	-	-
MyClimate	-	-	-	-	-	○	+	-
NatureOffice	-	-	-	-	-	-	-	-
Plant-for-the-Planet	-	-	-	-	-	-	-	-
Becker's Bester	-	-	-	-	-	-	-	-
Florida Eis	-	-	-	n. a.	○	n. a.	-	-
Hipp	-	-	○	-	-	-	+	-
Wasa	-	-	○	-	-	-	-	-
Albi	-	-	-	-	-	-	-	-

Bewertung: »-«: nicht erfüllt, »○«: ansatzweise erfüllt, »+« erfüllt, n. a.: nicht anwendbar

entziehen und dauerhaft sicher binden. »Dauerhaft« bezieht sich hier auf die Zeit, die CO<sub>2</sub> in der Atmosphäre verweilt, nämlich 1.000 Jahre und mehr. Auch konkrete Pläne zur Implementierung solcher Projekte gibt es bei keinem der Unternehmen. In einem Webinar von ClimatePartner wurde zwar angedeutet, dass es zukünftig in Richtung sog. *removal credits* gehen könnte, jedoch ohne nähere Details. Die dauerhafte CO<sub>2</sub>-Entnahme aus der Atmosphäre kann nur durch technologische Lösungen erreicht werden, die sich jedoch noch in der Entwicklung befinden und deutlich teurer wären als derzeitige Klimaschutzprojekte, die auf Emissionsreduktionen an anderer Stelle basieren.

*zu 3: Berechnungen des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks von klimaneutral gekennzeichneten Produkten werden nicht veröffentlicht*

Zertifizierungsfirmen verpflichten Hersteller nicht, die Berechnung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks der von ihnen als klimaneutral zertifizierten Produkte zu veröffentlichen. Selbstzertifizierende Firmen veröffentlichen die Berechnungen ebenfalls nicht. Zwar geben einige wenige Firmen, wie z. B. Hipp, einen Durchschnittswert pro Gläschen auf ihrer Webseite an, doch fehlen hierbei klare Angaben zu Systemgrenzen, Methoden und konkreten Daten, wodurch die Berechnungen nicht objektiv nachvollziehbar sind. Eine jährliche, detaillierte Veröffentlichung sowohl der produkt- als auch unternehmensbezogenen CO<sub>2</sub>-Berechnungen wäre sinnvoll, um Transparenz zu gewährleisten und Verbesserungen im Produktionsprozess anzuregen.

*zu 4: Nachweislich hochwertige Zertifikate werden nicht verwendet*

Weder Zertifizierungsunternehmen noch selbstzertifizierende Unternehmen erklären, warum die von ihnen verwendeten Zertifikate wichtige Qualitätskriterien wie »Zusätzlichkeit«, »Permanenz« oder die »Vermeidung doppelter Anrechnungen« einhalten. *Zusätzlichkeit* bedeutet, dass Klimaschutzprojekte ohne den Zertifikatehandel nicht realisiert worden wären. *Permanenz* bezieht sich auf die dauerhafte CO<sub>2</sub>-Einsparung für 1.000 Jahre und mehr. Das Problem der *doppelten Anrechnung* entsteht beispielsweise, wenn Emissionseinsparungen sowohl auf die nationalen Klimaziele des Projektlandes als auch auf die Ziele eines westlichen Unternehmens angerechnet werden. Einige Zertifizierungsunternehmen verwiesen auf Standards wie Verra oder Goldstandard. Dies wurde nicht als Qualitätsbeweis anerkannt, da die Standards die Anforderungen des Paris-Abkommens noch nicht vollständig erfüllen. Florida Eis verzichtet ganz auf Zertifikate und Kompensationslogik.<sup>10</sup>

*zu 5: Kein Unternehmen mit klimaneutral zertifizierten Produkten plant, in Zukunft auf fossile Brennstoffe vollständig zu verzichten*

Um die Pariser Klimaziele zu erreichen, ist es entscheidend, alle fossilen Emissionen zu stoppen und vollständig auf erneuerbare Energien umzustellen. Keines der untersuchten Unternehmen verfolgt entsprechende Pläne. Florida Eis unternimmt zwar Schritte zur Reduzierung fossiler Energien auf dem Werksgelände und setzt Elektrofahrzeuge für die Auslieferung ein, jedoch bleiben die Emissionen aus der Lieferkette und der Anteil selbsterzeugter Energie undurchsichtig.

*zu 6: Der Preis für eine Tonne kompensiertes CO<sub>2</sub> wird nicht klar kommuniziert*

Keines der Unternehmen informiert transparent über die Preise von CO<sub>2</sub>-Kompensation. Bei MyClimate lässt sich aus den Angaben des Jahresberichts 2021 errechnen, dass der Preis bei circa zwölf Schweizer Franken (circa elf Euro) lag. ClimatePartner macht keine öffentlichen Angaben, aber in einem Webinar wurde ein Preis von ab einem Euro genannt, mit einer deutlichen Preisreduktion bei größeren Abnahmemengen. Plant-for-the-Planet veröffentlicht zwar die Baumkosten pro Projekt, jedoch ohne Angaben darüber, wie viel CO<sub>2</sub> nach der internen Kompensationslogik dadurch eingespart werden soll. Zum Vergleich: Der CO<sub>2</sub>-Preis für Benzin, Heizöl und Gas beträgt 55 Euro pro Tonne im Jahr 2025. Das Umweltbundesamt berechnete im Jahr 2023 den gesellschaftlichen Schaden durch den Ausstoß einer Tonne CO<sub>2</sub> auf 250 Euro, unter Einbeziehung zukünftiger Generationen sogar auf 860 Euro.<sup>11</sup>

*zu 7: Auf den Produkten fehlt meist eine klare Definition der Klimaneutralitätsaussage*

Keines der Siegel der Zertifizierungsunternehmen gibt an, wie die angebliche Klimaneutralität erreicht wurde, also beispielsweise durch Kompensationsmaßnahmen. Von den selbstzertifizierenden Unternehmen ist Hipp das einzige, das eine solche Angabe zur angeblichen Klimapositivität auf dem Produkt macht. Kein Label informiert darüber, wie viele CO<sub>2</sub>-Äquivalente tatsächlich kompensiert wurden. Bei den selbstzertifizierenden Unternehmen bleibt zudem unklar, ob das Label nur das Produkt oder auch die Verpackung einschließt.

*zu 8: Mangelnde Mitgliedschaften in Qualitätsinitiativen der Nachhaltigkeitszertifizierung*

Verschiedene Initiativen setzen Qualitätsstandards im Bereich der Nachhaltigkeitszertifizierung, darunter die ISEAL-Alliance, label-online.de, ITC-Standard und das Global Ecolabelling Network. Mit Ausnahme von

Carbon Trust ist keines der Labels in einer der Initiativen vertreten. Carbon Trust ist beim ITC-Standard gelistet. ClimatePartner behauptet, von siegelklarheit.de, einem Bewertungsportal des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, empfohlen zu werden. Dort wurde ClimatePartner im Jahr 2021 zwar erwähnt, aber nicht bewertet und folglich auch nicht empfohlen. Mittlerweile ist ClimatePartner dort nicht mehr gelistet, hält aber an dieser Behauptung fest.

Wie eingangs bereits erwähnt: Wäre die Entwicklung der Nutzung von Klimaneutralitätslabels so weitergegangen, wie im Jahr der Untersuchung 2021, dann hätte der Punkt erreicht werden können, an dem alle Produkte klimaneutral gekennzeichnet sind, die Emissionen aber trotzdem weiter steigen. In dem Fall wären wir möglicherweise irgendwann »klimaneutral ausgestorben«.

### Neueste Entwicklungen

Seit der Abgabe meiner Masterarbeit im Dezember 2021 hat sich viel verändert. Mehrere Medien berichteten über fragwürdige Praktiken auf dem freiwilligen Kohlenstoffmarkt. Klagen der Deutschen Umwelthilfe (DUH) und der Wettbewerbszentrale erzielten Erfolge. Im Juni 2024 erklärte der Bundesgerichtshof die Werbung mit dem Begriff »klimaneutral« ohne weitere Erläuterung in einer Klage gegen Katjes als irreführend und unzulässig, da Emissionsreduktionen im Produktionsprozess nicht mit Kompensationen gleichzusetzen sind. Die EU ging noch einen

Schritt weiter und verabschiedete im Januar 2024 die Richtlinie zur Stärkung von Verbrauchern für den ökologischen Wandel. Diese verbietet Unternehmen, Produkte mit Begriffen wie »klimaneutral«, »CO<sub>2</sub>-neutral« oder »klimapositiv« zu bewerben, wenn diese auf Kompensation beruhen. Die Richtlinie muss innerhalb von zwei Jahren in nationales Recht umgesetzt werden. Nicht verboten wurden allerdings unternehmensbasierte Klimaneutralitätsaussagen. Damit ist nach aktuellem Stand auch in der Green Claims-Richtlinie der EU nicht zu rechnen, die sich zum Redaktionsschluss dieses Berichtes (Herbst 2024) im Trilog befindet.

Einige Zertifizierungsunternehmen wie Carbon Trust, ClimatePartner, FokusZukunft, MyClimate und Plant-for-the-Planet haben ihre Labels zur Klimaneutralität inzwischen vom Markt genommen. Sie bieten jedoch weiterhin Kompensation an und kommunizieren sie weiterhin als effektiven Klimaschutz, wenn auch unter anderslautenden Labels wie »ClimatePartner zertifiziertes Produkt« oder »Wirkt. Nachhaltig« von MyClimate.

### Fazit

Verbrauchertäuschung auf Produktebene wird dank der EU künftig eingedämmt – ein äußerst positiver erster Schritt. Dennoch bleibt die Gefahr des »klimaneutralen Aussterbens« bestehen. Denn Unternehmen können auf ineffektive Kompensationsmaßnahmen zurückgreifen und sich fälschlicherweise als klimaneutral präsentieren. Neue Labels könnten Produkte rhetorisch in den Klimaschutzkontext rücken, obwohl die

### Folgerungen & Forderungen

- Die wissenschaftliche Analyse hat ergeben, dass die bisherigen Klimaneutralitätslabels auf Lebensmitteln nicht zur Einhaltung der Klimaziele von Paris beitragen.
- Die aktuelle Kompensationspraxis privater Kohlenstoffmärkte sowie kompensationsbasierte Aussagen zu Klimaschutz – auch auf Unternehmensebene – sollten schnellstmöglich verboten werden, weil ein Großteil der heute verfügbaren Zertifikate keinen (zusätzlichen) Klimanutzen bringt.
- Nach erfolgreicher ambitionierter Emissionsminderung im eigenen Produktionsprozess darf höchstens eine sehr geringe Kompensationsnutzung von Projekten mit dauerhafter CO<sub>2</sub>-Entfernung (1.000 Jahre und mehr) für die Zielerreichung der Klimaneutralität erlaubt sein. Der Fokus muss auf Emissionsreduktion liegen.
- Extrem klimaschädliche Luxuslebensmittel sollten aus dem Sortiment genommen werden.
- Statt Klimaneutralitätslabels oder CO<sub>2</sub>-fokussierter Labels sollten Produkte mit einem ganzheitlichen Nachhaltigkeitslabel gekennzeichnet werden, dass neben dem CO<sub>2</sub>-Ausstoß auch Auswirkungen auf Biodiversitätsverlust, Wasserverbrauch und Flächenbedarf aufzeigt.
- Zur Förderung einer pflanzenbetonen Ernährung sollte die Politik marktbasierter Anreize für den Konsum pflanzlicher Lebensmittel und Bioprodukte schaffen, damit die klimafreundlichste Ernährung auch die erschwinglichste ist.
- Im Gegenzug muss auf Angebotsseite durch entsprechende politische Maßnahmen die Umstellung auf Ökolandbau vorangetrieben werden. Das schließt auch eine deutliche Reduzierung der Viehbestände ein.

Emissionen weiter steigen. Um dies zu verhindern, müssen Unternehmen zur Reduktion von Emissionen in Produktion und Lieferkette verpflichtet werden. Hier müssen auch die Verbraucher:innen mitziehen. Im Ernährungsbereich ist eine deutliche Emissionsreduktion nur durch eine gesellschaftliche Umstellung hin zu einer pflanzenbetonten Ernährung möglich.

Die Politik sollte hierfür den Rahmen setzen, damit die klimafreundlichsten Optionen auch die erschwinglichsten sind, z. B. durch eine Mehrwertsteuersenkung auf Obst, Gemüse und Hülsenfrüchte sowie Abgaben auf konventionelles Fleisch. Zudem sollte in der Gemeinschaftsverpflegung täglich mindestens eine pflanzenbasierte Option nach der Planetary Health Diet angeboten werden. Eine solche Umstellung unserer Ernährungsweisen in Verbindung mit dem Ausbau des ökologischen Anbaus trägt zu einer Ernährung bei, die sowohl für uns Menschen als auch für unseren Planeten gesund ist und sich innerhalb planetarer Grenzen befindet.

#### Anmerkungen

- 1 Net Zero Tracker: Net Zero Stocktake 2023. Verfügbar unter: [https://ca1-nzt.edcdn.com/Reports/Net\\_Zero\\_Stocktake\\_2023.pdf?v=1689326892](https://ca1-nzt.edcdn.com/Reports/Net_Zero_Stocktake_2023.pdf?v=1689326892).
- 2 M. Crippa et al.: Food systems are responsible for a third of global anthropogenic GHG Emissions. In: *Nature Food* 2/3 (2021), pp. 198-209.
- 3 M. Springmann et al.: Options for keeping the food system within environmental limits. In: *Nature* 562 (2018), 7728, pp. 519-525.
- 4 Der BioThesis-Forschungspreis der Bio-Lebensmittelwirtschaft wird von der Lebensbaum-Stiftung, der BIOFACH, der Schweisfurth-Stiftung, dem Bündnis für enkeltaugliche Landwirtschaft, der Bioland-Stiftung und der Landwirtschaftlichen Rentenbank getragen und von zahlreichen Mitgliedsfirmen der Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller (AÖL) unterstützt. – Die Pressemitteilung zur Preisverleihung 2024 findet sich unter [https://biothesis.org/wp-content/uploads/2024/02/14022024\\_Preisverleihung-BioThesis-2024.pdf](https://biothesis.org/wp-content/uploads/2024/02/14022024_Preisverleihung-BioThesis-2024.pdf).
- 5 S. Oppermann: Climate neutrality on sale – Assessment of climate neutrality labels and their contribution to achieving the Paris Climate Targets. Masterarbeit Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberwalde, 2021. – Erstkorrektor der Arbeit war Prof. Dr. Achim Spiller von der Universität Göttingen.
- 6 Deutsche Science Slam Meisterschaft 2023. Abrufbar in der ZDF-Mediathek unter [www.zdf.de/dokumentation/terra-x/science-slam-meisterschaft-deutschland-stuttgart-2023-100.html](http://www.zdf.de/dokumentation/terra-x/science-slam-meisterschaft-deutschland-stuttgart-2023-100.html). Der Beitrag von Silke Oppermann beginnt mit Minute 30.00.
- 7 B. Probst et al.: Systematic review of the actual emissions reductions of carbon offset projects across all major sectors. ETH Zürich 2023 ([www.research-collection.ethz.ch/bitstream/handle/20.500.11850/620307/230706\\_WP\\_full\\_vf.pdf?sequence=9&isAllowed=y](http://www.research-collection.ethz.ch/bitstream/handle/20.500.11850/620307/230706_WP_full_vf.pdf?sequence=9&isAllowed=y)). – M. Cames et al.: How additional is the Clean Development Mechanism. Öko-Institut Berlin ([https://climate.ec.europa.eu/system/files/2017-04/clean\\_dev\\_mechanism\\_en.pdf](https://climate.ec.europa.eu/system/files/2017-04/clean_dev_mechanism_en.pdf)).
- 8 M. Allen et al.: The Oxford principles for net zero aligned carbon offsetting. University of Oxford 2020 ([www.smithschool.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-01/Oxford-Offsetting-Principles-2020.pdf](http://www.smithschool.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-01/Oxford-Offsetting-Principles-2020.pdf)). – D. Broekhoff et al.: Securing climate benefit. A guide to using carbon offsets. Stockholm Environmental Institute & Greenhouse Gas Management Institute 2019 ([https://offsetguide.org/wp-content/uploads/2020/03/Carbon-Offset-Guide\\_3122020.pdf](https://offsetguide.org/wp-content/uploads/2020/03/Carbon-Offset-Guide_3122020.pdf)). – L. Schneider et al.: What makes a high-quality carbon credit? Environmental Defense Fund, WWF and Öko-Institut 2020 ([www.edf.org/sites/default/files/documents/what\\_makes\\_a\\_high\\_quality\\_carbon\\_credit.pdf](http://www.edf.org/sites/default/files/documents/what_makes_a_high_quality_carbon_credit.pdf)). – ISEAL Alliance: Challenge the Label. 2021 ([www.isealalliance.org/challenge](http://www.isealalliance.org/challenge)).
- 9 D. Boffey: Court orders Royal Dutch Shell to cut carbon emissions by 45% by 2020. In: *The Guardian* 26 May 2021 ([www.theguardian.com/business/2021/may/26/court-orders-royal-dutch-shell-to-cut-carbon-emissions-by-45-by-2020](http://www.theguardian.com/business/2021/may/26/court-orders-royal-dutch-shell-to-cut-carbon-emissions-by-45-by-2020)).
- 10 Florida Eis behauptet, einen »Permafrostboden« aus Industrieabfällen unter sein Kühlhaus in Berlin-Spandau gebaut zu haben. Selbst namhafte Medien wie ZDF und *Handelsblatt* fragen in der Berichterstattung über Florida Eis nicht nach, ob es überhaupt möglich ist, einen Permafrostboden selbst zu bauen. Wäre dies so einfach, könnte man einen der Kippunkte im Erdsystem aushebeln, indem man die Tundra mit Glasschaumschotter vollkippt.
- 11 Umweltbundesamt: Gesellschaftliche Kosten von Umweltbelastungen. Stand: 2. Juli 2024 ([www.umweltbundesamt.de/daten/umwelt-wirtschaft/gesellschaftliche-kosten-von-umweltbelastungen#klimakosten-von-treibhausgas-emissionen](http://www.umweltbundesamt.de/daten/umwelt-wirtschaft/gesellschaftliche-kosten-von-umweltbelastungen#klimakosten-von-treibhausgas-emissionen)).

#### Förderhinweis

Die redaktionelle Bearbeitung dieses Beitrags erfolgte im Rahmen des von der Landwirtschaftlichen Rentenbank geförderten Projektes »Energiewende, Ernährungsstile und klimafreundliche Landwirtschaft. Synergie statt Nutzungskonkurrenz«.



Foto: Axel Mund

#### Silke Oppermann

Mit einem akademischen Hintergrund in Politikwissenschaft (M.A.) und Global Change Management (M.Sc.) hat sich Silke Oppermann auf die Themen Klimaneutralität und nachhaltige Ernährung spezialisiert.

[silke.oppermann@posteo.de](mailto:silke.oppermann@posteo.de)