

PCF Pilotprojekt Deutschland gibt drei weitere Unternehmenspartner aus den Bereichen Handel und Chemie bekannt.

**Auch DSM, REWE Group und Unternehmensgruppe Tengelmann engagieren sich im Rahmen eines Pilotprojekts zur Ermittlung so genannter Product Carbon Footprints.**

Konsortium aus WWF, Öko-Institut, Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung und THEMA1 bringt neun ausgewählte Unternehmen zum Product Carbon Footprint Pilotprojekt Deutschland zusammen: dm-drogerie markt, DSM, FRoSTA, Henkel, REWE Group, Tchibo, Unternehmensgruppe Tengelmann, T-Home und Tetra Pak.

Berlin, 21.7.2008

Unter der Trägerschaft von WWF, Öko-Institut, Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung und THEMA1 führen die neun Unternehmen ein gemeinsames Pilotprojekt durch, in dem sie für ausgewählte Produkte die Emissionen an CO<sub>2</sub> und anderen Treibhausgasen ermitteln, so genannte Product Carbon Footprints (PCF). Gemeinsam wird an der internationalen Harmonisierung einer einheitlichen Erfassungsmethodik gearbeitet. In diesem Zusammenhang wird im Pilotprojekt diskutiert, ob und gegebenenfalls wie eine Kommunikation zum Beispiel in Form einer Kennzeichnung für Waren und Dienstleistungen gegenüber Kunden und Endverbrauchern vor dem Hintergrund der internationalen Entwicklungen erfolgen kann.

Die in den Arbeitskreisen des PCF Pilotprojekts entwickelten Anforderungen an Methodik und Kommunikation werden aktuell mit Stakeholdern und bestehenden internationalen Initiativen diskutiert. Zum Jahresende 2008 sollen erste Aussagen des PCF Pilotprojekts zu Methodik und Kommunikation präsentiert werden. Auf Basis dieser ersten Ergebnisse wird der Kreis der Projektträger und beteiligten Unternehmen über eine Fortführung und Erweiterung für weitere interessierte Unternehmen entscheiden.

#### **Kontakt**

Jacob Bilabel / **THEMA1** GmbH  
Torstraße 154  
10115 Berlin  
t +49 30 7790 779 13  
f +49 30 7790 779 99  
bilabel(at)thema1.de

---

#### Projektträger



#### Projektpartner



## Hintergrund

### **Klimaschutz als unternehmerische Chance**

Führende Unternehmen erkennen die Chancen, die ein aktiver Klimaschutz für den unternehmerischen Erfolg bietet. Voraussetzung ist die Kenntnis der Emissionen entlang der Wertschöpfungskette. Als ein wesentliches Instrument wird die einheitliche Ermittlung der mit der Herstellung, Nutzung und Entsorgung von Waren und Dienstleistungen einhergehenden Treibhausgasemissionen diskutiert. Durch die einheitliche Erfassung können Reduktionspotentiale erkannt und umgesetzt werden. Neben Rohstoff- und Kosteneinsparungen wird die nachvollziehbare Darstellung von emissionsreduzierten Produkten als Wettbewerbsvorteil im wachsenden Markt für klimafreundliche Angebote erkannt. Aktiver Klimaschutz kann zu einem Innovationsschub entlang der Wertschöpfungskette führen.

### **Konsumenten wollen Aufklärung**

Etwa 40 % der klimarelevanten Emissionen eines jeden Bundesbürgers werden durch Ernährung und Konsum verursacht (Quelle: Umweltbundesamt 2007). Bislang haben Konsumenten kaum die Möglichkeit, klimafreundliche Angebote zu erkennen und bei Ihren Kaufentscheidungen zu berücksichtigen. Einheitliche und nachvollziehbare Kommunikationsansätze zur produktbezogenen CO<sub>2</sub>-Bilanz von Konsumgütern fehlen.

### **Europäische Initiativen**

Vor diesem Hintergrund wurde im März 2007 vom Carbon Trust in Großbritannien in Zusammenarbeit mit den Marken „Boots“ (Drogeriekette), „Walkers Crisps“ und „Innocent Drinks“ ein Pilotprojekt initiiert, um Product Carbon Footprints (PCF) nach einer eigens entwickelten Methodik zu berechnen. Durch die Analyse konnten Emissionsreduktionspotenziale entlang der Wertschöpfungskette realisiert werden. Die Kommunikation des reduzierten PCF erfolgte dort dann über ein CO<sub>2</sub> Label. Inzwischen haben sich mehr als 15 Unternehmen der Initiative angeschlossen. Sie verfolgen das Ziel, Transparenz hinsichtlich der mit den eigenen Produkten verbundenen CO<sub>2</sub>- und Treibhausgasemissionen zu schaffen. Auch in weiteren europäischen Ländern wie Frankreich, Österreich und der Schweiz wird aktuell die Ermittlung und Kennzeichnung der Klimarelevanz von Konsumgütern diskutiert. Vor dem Hintergrund verschiedener Labelansätze unterschiedlicher Qualität und methodischer Ansätze besteht intensiver Bedarf nach internationaler Harmonisierung und Abstimmung, um Konsumenten sachgerecht zu informieren und bei klimabewussten Kaufentscheidungen zu unterstützen.

#### Projekträger



#### Projektpartner



## Product Carbon Footprint Pilotprojekt Deutschland

Um diese Harmonisierung aktiv zu gestalten, führt das Konsortium aus WWF, Öko-Institut, Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung (PIK) und THEMA1 gemeinsam mit neun namhaften deutschen Unternehmen das PCF Pilotprojekt Deutschland durch. Mit dem Ziel, eigene produktbezogene Treibhausgasbilanzen nach einer international anerkannten Methodik zu erstellen, steht das PCF Pilotprojekt Deutschland in enger Abstimmung mit den anderen europäischen und internationalen Initiativen.

Das PCF Pilotprojekt Deutschland gibt klare Empfehlungen zu Einsatzmöglichkeiten, Weiterentwicklung und internationaler Harmonisierung von Methoden und Standards. Reduktionspotenziale können so erschlossen und Erfahrungen in der Vermarktung klimabewusster Produkte gesammelt werden. Mittel- und langfristig soll die internationale Diskussion um eine CO<sub>2</sub>-Kennzeichnung von Produkten aktiv mitgestaltet werden.

### Kontakt

Jacob Bilabel  
**THEMA1** GmbH  
 Torstraße 154  
 10115 Berlin

t +49 30 7790 779 13  
 f +49 30 7790 779 99  
 m +49 172 429 33 66  
 bilabel(at)thema1.de

### Projekträger



### Projektpartner

