

## PRODUCT CARBON FOOTPRINT PILOTPROJEKT DEUTSCHLAND NEWSLETTER 2

9. Januar 2009

---

### Inhalt:

1. **Einladung Ergebnis Symposium, 26. Januar 2009 / Berlin**  
Erste Ergebnisse der im PCF Pilotprojekt berechneten CO<sub>2e</sub> Fußabdrücke werden öffentlich vorgestellt und diskutiert. Präsentation von Erfahrungen in der Ermittlung von produktbezogenen CO<sub>2e</sub> Bilanzen.
  2. **Bewertung internationaler Kommunikationsansätze / Steckbriefe**  
Im PCF Pilotprojekt erstellte Steckbriefe relevanter internationaler Labelling Initiativen von England bis Thailand.
  3. **Über das PCF Pilotprojekt Deutschland:**  
10 Unternehmen ermitteln produktbezogene CO<sub>2e</sub> Bilanzen
  4. **Website [www.pcf-projekt.de](http://www.pcf-projekt.de)**
- 

### Kontakt

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

t +49 30 7790 779 10  
f +49 30 7790 779 99  
bilabel(at)thema1.de  
[www.pcf-projekt.de](http://www.pcf-projekt.de)

---

#### Projekträger



#### Projektpartner



**1)**

**Einladung Ergebnis Symposium, Montag, 26. Januar 2009 / Berlin**

Am 26. Januar 2009 werden von 11 bis ca. 17 Uhr die ersten Ergebnisse aus dem PCF Pilotprojekt öffentlich vorgestellt und diskutiert. Die Projektträger WWF, Öko-Institut, Potsdam Institut für Klimafolgenforschung und THEMA1 sowie die zehn Unternehmenspartner werden Erkenntnisse und Empfehlungen zur Erfassung und Kommunikation von produktbezogenen CO<sub>2e</sub>-Bilanzen, so genannte Product Carbon Footprints (PCF), präsentieren. Grundlage dafür sind die 15 individuellen Fallstudien der beteiligten Unternehmen. Nach der Ergebnispräsentation erleben Sie eine Podiumsdiskussion zum Thema "Perspektiven klimaverträglichen Konsums".

Das Ergebnis-Symposium am 26. Januar 2009 im Berliner Rathaus wird von Frau Susanne Bergius (Handelsblatt Klima Blog) moderiert. Konferenzsprache ist Deutsch.

**ERGEBNIS-SYMPIOSIUM PCF PILOTPROJEKT**

**MONTAG, 26.01.2009, 11:00 - 17:00 UHR**

Rotes Rathaus (Senatskanzlei), Jüdenstraße 1, 10178 Berlin / Mitte

11:00 – 11:15	Begrüßung / Einleitender Film <i>(Susanne Bergius, Fachjournalistin für Nachhaltiges Wirtschaften Jacob Bilabel, Geschäftsführer THEMA1)</i>
11:15 – 11:30	Key-Note Prof. Dr. Lucia Reisch <i>(Vorsitzende des Wiss. Beirats für Verbraucherpolitik beim BMELV)</i>
11:30 – 11:55	Schaffung einheitlicher methodischer Grundlagen für PCF <i>(Christian Hochfeld, Öko-Institut)</i>
11:55 – 12:20	Erkenntnisse und Empfehlungen zur klimabezogenen Produktkommunikation <i>(Rasmus Prieß, THEMA1)</i>
12:20 – 13:00	Überblick Ergebnisse der Fallstudien (alle Unternehmen)
13:00 – 13:30	Fragen aus dem Publikum / Presse
13:30 – 14:00	<i>Imbiss und Kaffeepause</i>
13:30 – 14:45	Individuelle Fallstudien Präsentationen im Open Space
14:45 – 15:00	Status Quo Klima <i>(Matthias Kopp, WWF)</i>
15:00 – 16:30	Podiumsdiskussion <i>"Perspektiven Klimaverträglichen Konsums"</i>

**Projektträger**



**Projektpartner**



*Prof. Dr. Lucia Reisch  
(Vorsitzende des Wiss. Beirats für Verbraucherpolitik beim BMELV)  
Matthias Kopp (Klimaexperte / WWF)  
Achim Lohrie (Head of Corporate Responsibility / Tchibo)  
Guido Siebenmorgen (Leiter Strategischer Einkauf Food 2 / REWE  
Group)  
C.-A. Weinberger (SVP, Chief Marketing Officer, Global Laundry and  
Home Care / Henkel)*

*Moderation: Susanne Bergius (Handelsblatt Klima Blog)*

danach *Get Together*

Anmeldungen bis **spätestens 23.1.09** bitte auf der Website [www.pcf-projekt.de](http://www.pcf-projekt.de) oder mit  
beiliegendem Antwortfax. Aufgrund begrenzter Kapazität bitten wir um rechtzeitige  
Anmeldung und behalten uns das Recht auf Ausschluss vor.

## 2) **Bewertung internationaler Kommunikationsansätze / Steckbriefe**

Die bisher in verschiedenen Ländern diskutierten Kommunikationsansätze werden den im PCF  
Pilotprojekt definierten Anforderungen nur zum Teil gerecht:

- » Die Ausweisung von (genauen) **numerischen CO<sub>2e</sub> -Werten** für Produkte suggeriert eine Genauigkeit und Einheitlichkeit, die durch die bisherigen methodischen Grundlagen noch nicht gesichert ist.
- » Bei numerischen Labeln fehlen darüber hinaus meist **kontextualisierende** Informationen, die den Nutzer die grundsätzliche **Klimarelevanz** des Produktes einschätzen helfen: Zum Beispiel kann die einfache Fahrt mit dem Automobil zum Kauf eines evtl. ‚klimafreundlicheren‘ Produktes im Effekt zum Ausstoß von mehr Treibhausgasemissionen führen.
- » Kommunizierte Ergebnisse sind in den allermeisten Fällen hinsichtlich der zu Grunde liegenden Entscheidungen und Annahmen nicht dokumentiert, es mangelt an **Transparenz**.
- » Zum Teil werden **isolierte** Ansätze von einzelnen Unternehmen gewählt (Insel-Lösungen). Die Integration von sinnvollen Handlungsalternativen und der Vergleich mit anderen Produkten ist nur sehr eingeschränkt möglich.
- » Zum Teil werden Emissionen produktbezogen kompensiert und das entsprechende Produkt als ‚**klimaneutral**‘ kommuniziert. Es fehlt an **Transparenz** hinsichtlich der tatsächlichen Klimarelevanz des Produktes: **Handlungsrelevanz** und **Vergleichbarkeit** sind stark eingeschränkt.

### Projekträger



### Projektpartner



- » Bei einfachen Klimasiegeln kann im besten Fall ein Einfluss auf die Kaufentscheidung gegeben sein. Sinnvolle Konsumalternativen, wie zum Beispiel die Art der Nutzung oder der Einsatz von Ökostrom, werden hierüber jedoch nicht abgebildet, die **Handlungsrelevanz ist eingeschränkt**. Auch ist ein direkter **Vergleich** der Klimarelevanz von Produkten nur sehr begrenzt in Form eines ja/nein Musters möglich.

Die im PCF Pilotprojekt erarbeiteten **Anforderungen** können helfen, bestehende und zukünftige Kommunikationsinstrumente zur **Klimarelevanz** von Produkten zu bewerten und zu verbessern. Werden die genannten Anforderungen erfüllt, ist ein wichtiger Beitrag zum Klimaschutz in der **gemeinsamen Verantwortung** von Unternehmen und Konsumenten möglich. Die im PCF Pilotprojekt definierten Anforderungen an **klimabezogene Produktkommunikation** werden im Ergebnis-Symposium am 26.1.2009 vorgestellt und diskutiert.

#### Steckbriefe internationaler Labelling Initiativen

Auf Basis der im PCF Pilotprojekt erarbeiteten Basisinformationen wurden **Steckbriefe** für acht internationale Labelling Initiativen erstellt:

1. Climate Marking Sweden (Schweden)
2. L'Indice Carbone Casino (Frankreich)
3. Cool (CO2 Low) Label (Korea)
4. Label "approved by climatop" – climatop (Schweiz)
5. Climate Conscious Carbon Label (USA)
6. Carbon Reduction Label – Carbon Trust (UK)
7. Carbon Label Thailand (Thailand)
8. Bilan CO2 E.Leclerc (Frankreich)

Die erstellten Profile sind **öffentlich** zugänglich auf der Website [www.pcf-projekt.de](http://www.pcf-projekt.de).

### 3) Über das PCF Pilotprojekt Deutschland

Jeder Bundesbürger verursacht durch seinen Lebensstil zwischen 9 – 12 Tonnen CO<sub>2e</sub> pro Jahr. Etwa 40 % der klimarelevanten Emissionen entstehen durch Ernährung und Konsum (Quelle: Umweltbundesamt 2007).

Bislang haben Konsumenten kaum die Möglichkeit, sich über die Klimarelevanz von Produkten und Dienstleistungen zu informieren und bei Ihren Kaufentscheidungen zu berücksichtigen. Einheitliche und glaubwürdige Kommunikationsansätze zur produktbezogenen CO<sub>2e</sub>-Bilanz von Konsumgütern fehlen.

Neben wenigen Grundaussagen zu bestimmten Produktgruppen gibt es praktisch keine nachvollziehbaren Informationen über die Klimarelevanz von Produkten. Der Einfluss auf die persönliche CO<sub>2e</sub> Bilanz ist unklar.

Unter der Trägerschaft von **WWF, Öko-Institut, Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung** und **THEMA1** führen zehn Unternehmen ein gemeinsames Pilotprojekt durch, in dem sie für ausgewählte Produkte die Emissionen an CO<sub>2e</sub> und

#### Projektträger



#### Projektpartner



anderen Treibhausgasen über den gesamten Lebenszyklus ermitteln, so genannte Product Carbon Footprints (PCF).

Gemeinsam wird an der internationalen Harmonisierung einer **einheitlichen Erfassungsmethodik** gearbeitet. Im Pilotprojekt wird darüber hinaus diskutiert, wie eine **produktbezogene Kommunikation** gegenüber Kunden und Endverbrauchern vor dem Hintergrund der internationalen Entwicklungen erfolgen kann.

Unternehmenspartner:

**BASF, dm-drogerie markt, DSM, FRoSTA, Henkel, REWE Group, Tchibo, Tetra Pak, T-Home und Unternehmensgruppe Tengelmann.**

Vom Telefonanschluss bis Kaffee:

Berechnung von 15 branchenübergreifenden Fallstudien im PCF Pilotprojekt

Um umfassende methodische Erfahrungen zu garantieren, bringen die beteiligten, branchenübergreifenden Unternehmen möglichst unterschiedliche Produkte bzw. Dienstleistungen zur Berechnung im PCF Pilotprojekt ein.

In 15 Fallstudien ermitteln die Unternehmen die über den gesamten Lebenszyklus anfallenden Treibhausgasbilanzen, so genannte Product Carbon Footprints (PCF).

Firma	Produkte, für die ein PCF ermittelt wird
BASF SE	<ul style="list-style-type: none"> <li>BASF-Kunststoff-Granulat Neopor® zur Gebäudedämmung.</li> <li>Hochveredlung von Textilien mit „BASF Fixapret® AP“ für bügelfreie Bettwäsche</li> </ul>
dm-drogeriemarkt GmbH	<ul style="list-style-type: none"> <li>Toilettenpapier der dm-eigenen Qualitätsmarke „sanft + sicher“</li> </ul>
DSM N.V.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Weinstabilisator Claristar TM</li> </ul>
FRoSTA AG	<ul style="list-style-type: none"> <li>FRoSTA Tagliatelle Wildlachs</li> </ul>
Henkel AG & Co. KGaA	<ul style="list-style-type: none"> <li>Schwarzkopf &amp; Henkel Shampoo</li> <li>Henkel Universalwaschmittel</li> <li>Produkte zur Fugenabdichtung</li> <li>industrieller Verpackungsklebstoff</li> </ul>
REWE Group	<ul style="list-style-type: none"> <li>Best Alliance Erdbeere</li> </ul>
Tchibo GmbH	<ul style="list-style-type: none"> <li>nachhaltig angebauter und von der Rainforest Alliance zertifizierter Kaffee</li> <li>Sporttasche eines Lieferanten in Asien</li> </ul>
Unternehmensgruppe Tengelmann	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eier aus kontrolliert ökologischer Erzeugung der Eigenmarke „Naturkind“.</li> </ul>
Tetra Pak GmbH + Co KG	<ul style="list-style-type: none"> <li>Getränkekarton Tetra Brik Aseptic® Slim</li> </ul>
Deutsche Telekom AG / T-Home	<ul style="list-style-type: none"> <li>Call &amp; Surf Comfort (Router Hardware und Netzleistung)</li> </ul>

Ausführliche **Dokumentationen** der **Fallstudien** und Bilder der Produkte finden Sie nach dem Ergebnis-Symposium am 26. Januar 2009 auf der Website [www.pcf-](http://www.pcf-)

Projektträger



Projektpartner



[projekt.de](http://projekt.de). Aussagen zu den im PCF Pilotprojekt erarbeiteten methodischen Grundlagen und die daraus abgeleiteten Kommunikationsempfehlungen werden in einem Booklet veröffentlicht.

---

Projekträger



Projektpartner



#### 4) Website PCF Pilotprojekt Deutschland

Unter [www.pcf-projekt.de](http://www.pcf-projekt.de) finden Sie alle relevanten **Informationen** zu dem PCF Projekt, den beteiligten Unternehmen, den Trägern und weiteren internationalen Initiativen zum Thema Product Carbon Footprint. Nach dem Ergebnis-Symposium am 26. Januar 2009 werden auf der Website alle **Fallstudien** ausführlich dokumentiert zum Download angeboten. Zusätzlich finden Sie im PCF Pilotprojekt erstellte **Steckbriefe** zu relevanten internationalen Initiativen.

Anmeldungen zum **Ergebnis-Symposium** sind auf der Website bis zum **23.1.2009** möglich.

---

#### Kontakt

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

t +49 30 7790 779 10  
f +49 30 7790 779 99  
bilabel(at)thema1.de  
[www.pcf-projekt.de](http://www.pcf-projekt.de)

---

#### Projekträger



#### Projektpartner

