

# Nachhaltig gekühlt

Die Tiefkühlbranche verbraucht viel Strom, umso wichtiger sind für sie Maßnahmen, durch die sich das Geschäft nachhaltiger gestalten lässt. Ein Leitfaden des Deutschen Tiefkühlinstituts gibt Tipps und zeigt Vorbilder. | Birgitt Loderhose

An welcher Stelle der Tiefkühl-Wertschöpfungskette ist der Energieverbrauch am größten? Die Frage lässt sich nicht pauschal beantworten, sagt Dr. Axel Kölle, Leiter des Zentrums für Nachhaltige Unternehmensführung (ZNU). Es komme auf eine ganzheitliche Betrachtung an. „Tiefkühlkost verbraucht zwar Energie, hilft aber Lebensmittelabfälle vermeiden“, so Kölle. Einen bei 200 Grad gebackenen Kuchen auf minus 18 Grad herunterzukühlen, frisst ohne Zweifel Energie. Andererseits verlängert die Tiefkühlform das Leben der Produkte. Dies sowie die gute Portionierbarkeit trage dazu bei, dass weniger in der Mülltonne lande. Entscheidend für den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck von

auf. Der Tortenhersteller Coppenrath & Wiese etwa will Lebensmittelabfall bei der Produktion verringern. Wer jemals Apfelkuchen gebacken hat, weiß, dass dabei Reste entstehen. Coppenrath stellt aus Schalen und den Teilen der Frucht, die zu klein für den Kuchen sind, Apfelmark her. Dadurch reduziert der Markenartikler die Schäl- abfälle von 25 auf 5 Prozent. Positiv ausgedrückt: Aus 1 000 Kilo Schäläpfeln werden 750 Kilogramm Würfel oder Segmente der Frucht gewonnen und rund 200 Kilogramm Apfelmark. Dieses nutzen die Osnabrücker für ihre Fruchtfüllungen. Mittlerweile kochen sie daraus sogar Konfitüre, die wiederum für Sahnetorten benötigt wird. So deckt Coppenrath & Wiese

auf pauschale minus 36 Grad Celsius. In allen Lieferwagen werden Kern- und Lufttemperatur erfasst und an einen Rechner in der jeweiligen Bofrost-Niederlassung übertragen. Eine Software ermittelt auf Basis der Wetterprognose für den nächsten Tag, wie viel Kälte der Lieferwagen benötigen wird. Dadurch reduziert der Heimlieferdienst Stromverbrauch und Kontrollaufwand.

„Tiefkühlkost hat eine Klimabilanz, die keinen Vergleich mit anderen Angebotsformen scheuen muss“, heißt es im Vorwort der Studie von DTI und ZNU. So sei die Ware gereinigt, geputzt und oft schon vorgegart – in industriell optimierten Bearbeitungsschritten und in großen Mengen, was die Energiekosten und den Wassereinsatz minimiere. Bei TK gibt es offenbar weniger Food-Waste, wenn es stimmt, was Konsumenten in einer TNS-Infratest-Befragung sagten: Knapp 90 Prozent hatten schon einmal frisches Essen weggeworfen, aber nur 30 Prozent Tiefgekühltes.

ebenfalls auf der Liste der wichtigsten Fragestellungen auf, werden aber als unterschiedlich relevant betrachtet. Für den Handel (81 Prozent) haben zum Beispiel Kältemittel eine hohe Bedeutung. Hier zeigen sich die Auswirkungen der im Januar 2015 in Kraft getretenen EU-Verordnung zu fluorierten Kohlenwasserstoffen, die die Verwendung der F-Gase nach und nach einschränkt.

**„Tiefkühlkost verbraucht zwar Energie, hilft aber Lebensmittelabfälle vermeiden“**

Axel Kölle, Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung

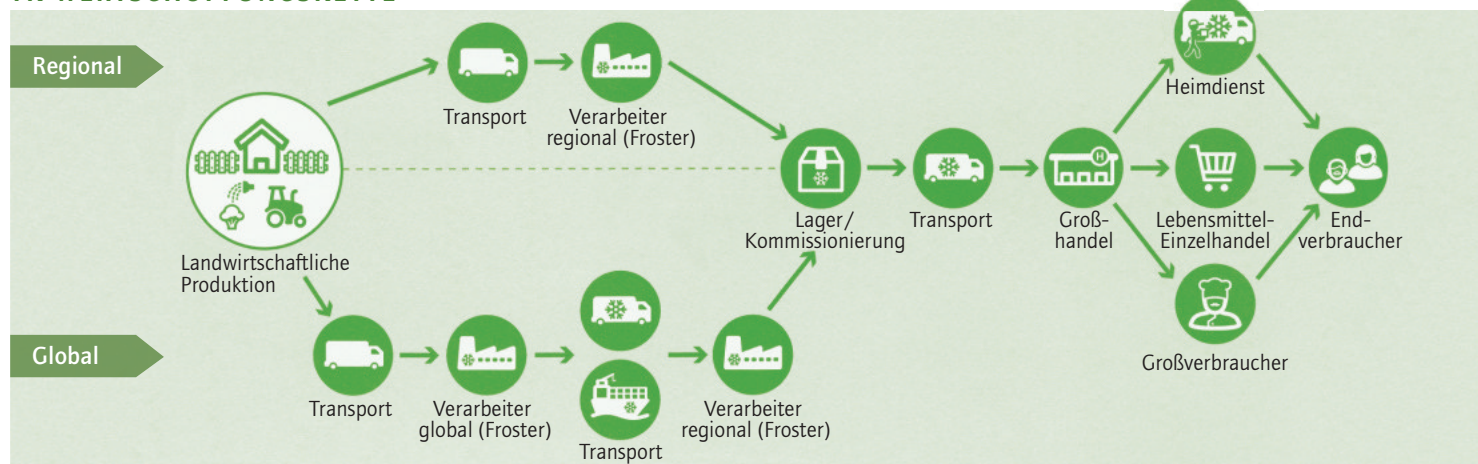
Für die Industrie (75 Prozent) sei das möglicherweise deswegen weniger relevant, da sie in der Verarbeitung bereits Ammoniak als Kältemittel einsetzt. Die Erhaltung der Artenvielfalt ist für den Handel (86 Prozent) relevanter als für die Industrie (77 Prozent). Was die soziale Nachhaltigkeit angeht, so steht für beide Branchen Gesundheit an erster Stelle der relevanten Themen.

Stolpersteine bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitsprojekten sind aus Herstellersicht zu geringe Personalkapazitäten (36 Prozent), die schwierige Datenerhebung (30 Prozent), aber auch geringe Rentabilität (26 Prozent). Der Handel nennt geringes Interesse der Kunden (41 Prozent), hohe Umsetzungskosten (33 Prozent), schwierige Datenerhebung (23 Prozent) und geringe Rentabilität (21 Prozent) als Hindernisse.

Wird es in Zukunft mehr Konsumenten geben, die bereit sind Geld für nachhaltige TK-Produkte auszugeben? Laut Analyse glauben 55 Prozent der Befragten, dass im Jahr 2020 mehr Verbraucher bereit sein werden, höhere Preise für solche Artikel zu bezahlen. Der Handel (64 Prozent) sieht das sogar optimistischer.

Ein wichtiger Baustein der Nachhaltigkeitsstrategie von Handel und Industrie sei der ökologische Energiebezug, etwa durch den Bau von Photovoltaikanlagen oder durch Kauf von Biogas und zertifiziertem Ökostrom. ZNU-Leiter Kölle sieht auch beim Konsumenten Verbesserungspotenzial. Wenn dieser auf dem Heimweg vom Supermarkt die Kühlkette nicht einhält, führe dies zu Verderb und mehr Lebensmittelabfall. lz 36-16

## TK-WERTSCHÖPFUNGSKETTE



QUELLE: DTI, VEREINFACHTE DARSTELLUNG

LEBENSMITTEL ZEITUNG GRAFIK

TK-Lebensmitteln sind nicht Verarbeitung, Transport und Lagerung, sondern die Rezeptur, heißt es im Leitfaden, also etwa der Milch- und Fleischanteil, wie eine Klimabilanzstudie ergeben hat, die das Öko-Institut 2012 im Auftrag des Deutschen Tiefkühlinstituts (DTI) durchführte.

Die TK-Firmen setzen an unterschiedlichen Stellen der komplexen Lieferkette an, um den Ressourceneinsatz zu verringern. Die Studie listet Beispiele

den Bedarf von zirka 900 Tonnen Konfitüre inzwischen durch eigene Herstellung. Dadurch fallen 45 Anlieferungen und 25 000 Lkw-Kilometer pro Jahr weg.

Das Familienunternehmen Bofrost hat für seine Verkaufsfahrzeuge ein intelligentes Temperatur- und Energiemanagement eingeführt. Es regelt die Temperatur des Kühlaufbaus bedarfsgerecht je nach Restkälte und Außentemperatur, statt wie vorher manuell

178 Unternehmen – Handel, Industrie und Dienstleister – wurden für den DTI-Nachhaltigkeitsratgeber befragt. Für zwei Drittel der Firmen hat das Thema eine „sehr hohe“ oder „eher hohe“ Relevanz. Energiesparende Technik, umweltfreundlichere Kältemittel und die Reduzierung von Abfällen und Lebensmittelverschwendung stehen dabei für Handel und Hersteller im Fokus. Verpackung, Tierschutz und Schutz der Artenvielfalt tauchen

## Wir haben Gutes noch besser gemacht

- ✓ Neue Rezeptur: länger frisch, noch saftiger und köstlich wie nie
- ✓ Höheres Stückgewicht: Laugenbrezel jetzt mit 100 g
- ✓ Sechs Stück pro Packung = ein Backblech voller Genuss

**Verbesserte Rezeptur!**



**Ditsch**

www.ditsch.de