

# Ein Supermarkt aus Pappe

Klimaschutzprojekt: Agentur wirbt für umweltfreundlichen Einkauf / Kunden erhalten Kohlendioxid-Bilanz

Ein „Klimamarkt“ ist gestern im Lloydhof eröffnet worden. Das Projekt der Klimaschutzagentur Energiekonsens soll in allen Stadtteilen Station machen und Beispiele fürs umweltfreundliche Einkaufen bieten. Die Einrichtung ist aus Pappe. Energiekonsens hat in den „Klimamarkt“ rund 275 000 Euro investiert. Ebenso viel zahlte die Deutsche Bundesstiftung Umwelt.

VON KARINA SKWIRBLIES

**Bremen.** Tipps zum umweltfreundlichen Einkaufen bietet seit gestern ein „Klimamarkt“ in der Innenstadt. „2050 – Dein Klimamarkt“ heißt der Laden, in dem alles aus Pappe ist: vom Einkaufskorb bis zu den Regalen, den Tresen und die Kasse. Das Geschäft im Lloydhof ist ein Projekt der Bremer Klimaschutzagentur Energiekonsens und soll den Besuchern verdeutlichen, wie sie bei ihrem täglichen Konsum zugleich an die Umwelt denken können. Denn in diesem Laden gibt es nur ausgesucht klimafreundliche Produkte.

Gekostet hat das Projekt rund 590 000 Euro, die Hälfte davon finanzierte die Deutsche Bundesstiftung Umwelt (DBU). „Das Thema ist noch nicht so präsent, wie wir es uns wünschen und brauchen“, sagte Verena Exner, Konsumexpertin der DBU, bei der Eröffnung. „Der Klimamarkt ist eine gute Methode, um sowohl die Gefahren eines schnellen, gedankenlosen Konsums als auch positive Handlungsalternativen ohne erhobenen Zeigefinger praktisch aufzuzeigen.“

Das Geld fließt unter anderem in das Rahmenprogramm, das in zwei Jahren 192 Veranstaltungen bieten soll. Den Anfang macht ein Vortrag über Solarthermie am morgigen Donnerstag um 18 Uhr. Am Wochenende können Besucher im „Klimamarkt“ unter fachkundiger Anleitung aus alter Kleidung neue machen. Und zu Ostern wird ein klimafreundliches Osterfrühstück angeboten.

„Wir müssen  
den Klimawandel  
im Kopf vollziehen.“

Martin Grocholl, Energiekonsens

Schon beim Eintreten in den Supermarkt ist alles anders als gewohnt: Der Einkaufskorb ist von stabiler Pappe, wie alle anderen Dinge auch. Allerdings aus umweltfreundlichem Recyclingmaterial, betonte Projektleiter Martin Grocholl von Energiekonsens. Detailgetreu ist der Pop-up-Laden eingerichtet: von der Kasse mit Trans-



Im „Klimamarkt“ erfahren Verbraucher, dass sie mit biologisch angebautem Gemüse bis zu 30 Prozent CO<sub>2</sub> einsparen.

FOTO: FRANK THOMAS KOCH

portband bis zur Malecke für die Kinder. Bei ihrer Shopping-Tour können die Kunden entlang von acht Stationen symbolisch Waren auswählen, die allerdings nur als Stempel vorhanden sind. Wenn sie damit ihren Einkaufskorb stempeln, erhalten sie zugleich einen Klimatipp. Beispielsweise dass sie beim Kauf von Schokolade auf fair gehandelte Produkte achten sollen.

Der „Klimamarkt“ führt Waren aus verschiedenen Bereichen: Lebensmittel, Haushaltsartikel, Elektronik, Kleidung, Baumarktprodukte, Möbel sowie Reisen sind im Angebot. An der Wursttheke wird den Verbrauchern empfohlen, Wurst nur selten zu kaufen und lieber Schwein als Rind zu essen. Bei 500 Gramm Bio-Tomaten sparen Kunden 30 Prozent CO<sub>2</sub> ein, dies gilt ebenso für Bio-Möhren und regionales Gemüse. Am Stand für Haushaltsartikel erfährt der Käufer, dass Recycling-Klopapier in der Herstellung 40 Prozent weniger Energie und Wasser verbraucht als anderes. Und in der Reiseabteilung empfiehlt die Informationstafel, dass ein Urlaub auf Rügen einem Flug nach Mallorca vorzuziehen ist.

An der Kasse erhält der Kunde dann die Rechnung: Anstelle des Geldbetrages steht hier jedoch die Kohlendioxid-Bilanz der gekauften Produkte. Beispielsweise hat der Käufer der Rügen-Reise 620 Kilogramm CO<sub>2</sub> gespart. Wer einen Wasserstrahlregler für seinen Wasserhahn kauft, spart im Jahr

„Der Klimamarkt zeigt  
die Gefahren gedankenlosen  
Konsums auf.“

Verena Exner, Konsumexpertin

20 Kilogramm CO<sub>2</sub>. Auf dem Kassensbon können Besucher ihre Mailadresse hinterlassen: Sie werden dann regelmäßig mit Informationen zum Klimaschutz versorgt und an ihr Umweltbewusstsein und ihre persönlichen Ziele für den Klimaschutz erinnert.

Die Zahl 2050 in dem Namen „2050 – Dein Klimamarkt“ resultiert aus einem von

der Bundesregierung gefassten Ziel, den CO<sub>2</sub>-Ausstoß bis 2050 um 85 Prozent zu reduzieren, erläuterte Martin Grocholl. Dafür müsse man den Klimaschutz in den Alltag der Menschen holen. „Wir müssen den Klimawandel im Kopf vollziehen. Indem wir anschaulich zeigen, was die volle Einkaufstasche aus Klimaschutzsicht wiegt, schärfen wir das Bewusstsein.“

Der „Klimamarkt“ soll nach dem Lloydhof (bis zum 24. April) an elf weiteren Stationen öffnen. Dabei nutzt Energiekonsens leer stehende Ladenlokale in den Stadtteilen. Im Mai und Juni ist „2050 – Dein Klimamarkt“ in Gröpelingen, im August und September in Vegesack. Vom 3. bis zum 5. Mai stellt sich der Pop-up-Laden auf dem Kirchentag in Hamburg vor. Nach dem Ende des „Klimamarktes“ soll ein „Klimaschutzdenkmal“ errichtet werden und dauerhaft an die Aktionen und gefassten Vorsätze erinnern.

Der „Klimamarkt“ im Lloydhof ist montags bis sonnabends von 10 bis 19 Uhr geöffnet. Näheres unter [www.klimamarkt2050.de](http://www.klimamarkt2050.de).