

## **Antwort**

### **der Bundesregierung**

**auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Nicole Bauer, Frank Sitta, Dr. Gero Clemens Hocker, weiterer Abgeordneter und der Fraktion der FDP  
– Drucksache 19/19308 –**

### **Aufklärungskampagne „Kauf nur, was du brauchst“ des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft**

#### Vorbemerkung der Fragesteller

Die Bundesministerin für Ernährung und Landwirtschaft Julia Klöckner kündigte eine Aufklärungskampagne „Kauf nur, was du brauchst“ an, um aufzuzeigen, dass die von der Bevölkerung durchgeführten Hamsterkäufe unnötig seien (vgl. <https://www.lebensmittelzeitung.net/politik/Coronavirus-Kloeckner-startet-Kampagne-Kauf-nur-was-du-brauchst-145504>).

1. Welche finanziellen Mittel stellt die Bundesregierung für diese Kampagne zur Verfügung?

Für den Social-Media-Aufruf #KaufNurWasDuBrauchst wurden aus dem Einzelplan 10 des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) 1.400 Euro (zzgl. Mehrwertsteuer) für Grafikleistungen verausgabt.

2. In welchem Umfang soll die Kampagne stattfinden, und welche Wege bzw. Medien wählt die Bundesregierung für die Verbreitung?

Zu Beginn der Corona-Pandemie war es eine der wichtigsten Aufgaben der Bundesregierung zu beobachten, ob und inwieweit die Versorgung der Bevölkerung mit Lebensmitteln durch die private Lebensmittelwirtschaft weiterhin sichergestellt ist. Neben regelmäßigen Gesprächen mit Lebensmittelwirtschaft und Lebensmitteleinzelhandel und Logistikunternehmen war es zugleich wichtig, den Verbraucherinnen und Verbrauchern zu signalisieren, dass „Hamsterkäufe“ nicht nötig sind, weil die Versorgung dauerhaft gewährleistet war. Da es gleichwohl bei bestimmten Produkten vorübergehend zu derartigen „Hamsterkäufen“ gekommen ist, ging es darum, mit Vorbildern für Ruhe, Besonnenheit und Solidarität zu werben.

Kernaussage des Social-Media-Aufrufs #KaufNurWasDuBrauchst des federführenden Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) ist:

„Wenn alle nur das kaufen, was sie brauchen, ist genug für alle da und leere Regale können vermieden werden.“ Die Kommunikation lief schwerpunktmäßig im Zeitraum 25. März bis 5. April 2020.

3. Wie passt der Titel der Kampagne zusammen mit dem Notfallplan des Bundesamts für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe, wonach die Bürger sich explizit eigenverantwortlich auf Krisen vorbereiten sollen?

Auch die Notfallvorsorge gibt klare Empfehlungen, was als Vorrat sinnvoll ist. Die Empfehlungen sind auf der Homepage des BMEL veröffentlicht. Beide Aspekte verbindet die Botschaft, sich maßvoll und solidarisch vor einer Krise vorzubereiten und entsprechend in ihr zu verhalten.

4. Welche Erfolgsaussichten räumt die Bundesregierung der Kampagne ein?

#KaufNurWasDuBrauchst wurde als Social-Media-Aufruf eingeführt, um unnötige „Hamsterkäufe“ zu verhindern. Als sich das Einkaufsverhalten wieder normalisiert hatte, wurde dies entsprechend kommuniziert, verbunden mit dem Dank an die Verbraucherinnen und Verbraucher, die sich verantwortungsvoll beim Einkaufen verhalten haben. Es ist davon auszugehen, dass #KaufNurWasDuBrauchst zur Aufklärung der Verbraucherinnen und Verbraucher in der Krisensituation beigetragen hat.

5. Welcher Anteil der „gehamsterten“ Lebensmittel werden nach Einschätzung der Bundesregierung aufgrund des Ablaufens des Mindesthaltbarkeitsdatums entsorgt?

Zu Beginn der Corona-Krise und durch die Schließung von Schulen und Kitas war insgesamt ein verstärkter Einkauf von Lebensmitteln durch Privathaushalte zu verzeichnen, darunter auch Milchprodukte. Das BMEL hat deshalb verstärkt Tipps kommuniziert, um zu vermeiden, dass zu viel gekaufte Lebensmittel weggeworfen werden. Eine dezidierte Einschätzung über die Menge aufgrund Ablaufens des Mindesthaltbarkeitsdatums entsorgter Lebensmittel ist nicht möglich.