

Antwort

der Bundesregierung

**auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Stephan Protschka, Berengar Elsner von Gronow, Peter Felser, weiterer Abgeordneter und der Fraktion der AfD
– Drucksache 19/24072 –**

Aktionswoche Deutschland rettet Lebensmittel

Vorbemerkung der Fragesteller

Unter dem Motto „Deutschland rettet Lebensmittel!“ hat vom 22. bis 29. September 2020 eine bundesweite Aktionswoche für mehr Lebensmittelwertschätzung als Bestandteil der Nationalen Strategie zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung stattgefunden (vgl. <https://www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/lebensmittelverschwendung/aktionswoche-lebensmittelverschwendung.html>). Das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft hat diese Aktionswoche in Kooperation mit den Bundesländern und lokalen Partnern ausgerichtet (vgl. <https://www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/lebensmittelverschwendung/aktionswoche-lebensmittelverschwendung.html>).

1. Was sollte mit der Aktionswoche „Deutschland rettet Lebensmittel!“ konkret erreicht werden?

Ziel der Aktionswoche „Deutschland rettet Lebensmittel!“ war es, die Aufmerksamkeit auf die Verschwendung von Lebensmitteln zu lenken und mehr Wertschätzung für Lebensmittel zu erreichen. Sie bot während des Aktionszeitraums eine Plattform, um Akteure zu vernetzen und Aktionen zu bündeln.

2. Welche Bilanz zieht die Bundesregierung aus der Aktionswoche „Deutschland rettet Lebensmittel!“?

Die Aktionswoche hat bundesweit viel Aufmerksamkeit erhalten. Mit mehr als 130 direkt auf der Webseite (<https://www.zugutfuerdietonne.de/ueber-uns/aktionswoche/>) eingetragenen Aktionen, weiteren Aktionen der Länder in ganz Deutschland sowie vielen online-Beiträgen wird die Aktionswoche als erfolgreich bewertet.

Neben Privatpersonen engagierten sich gemeinnützige Vereine, die Verbraucherzentralen, Schulnetzungsstellen, aber auch Unternehmen aus Gastronomie, Produktion und Handel wie Coppenrath & Wiese, EDEKA, Aldi Süd/Nord oder Lidl. Rund 500 Gastronomieunternehmen haben sich an der Aktion des

Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) in Kooperation mit United Against Waste e.V. (UAW) beteiligt und ihre Gäste mit Informationsmaterialien auf die Thematik aufmerksam gemacht. Die für die Aktionswoche zur Verfügung gestellten Beste-Reste-Boxen sind von 133 Gastronomieunternehmen bestellt worden. Auch das Kompetenzzentrum für Ernährung Bayern (KErn), die Deutsche Gesellschaft für Ernährung (DGE) und das Zentrum für Ernährung und Hauswirtschaft Niedersachsen (ZEHN) haben sich jeweils mit mehreren Aktionen an der Aktionswoche beteiligt.

Die Aktionswoche wurde in über 400 Pressemeldungen aufgegriffen. Die Meldungen hatten eine Gesamtreichweite von 28 Millionen. Knapp ein Drittel der Beiträge erschien in überregionalen Medien. Zusätzliche Aufmerksamkeit erhielt die Aktionswoche durch Social-Media-Beiträge auf Landes- sowie kommunaler Ebene. Auch teilnehmende Bürgerinnen und Bürger machten über ihre – zum Teil – reichweitenstarke Kanäle auf die Aktion aufmerksam.

3. Hat die Bundesregierung bereits Kenntnis darüber, wie viele Bürger und Verbände sich an dieser Aktionswoche beteiligt haben?

An der Aktionswoche haben sich nach Kenntnis der Bundesregierung folgende Verbände beteiligt:

Bundesvereinigung der deutschen Ernährungsindustrie (BVE),
Bundesverband des deutschen Lebensmittelhandels e.V. (BVLH),
Deutscher Hotel- und Gaststätten Verband (DEHOGA-Bundesverband),
Bundesverband Naturkost Naturwaren e.V. (BNN),
Bayerischer Bauernverband,
Deutsches Tiefkühlinstitut (dti),
Forum Fairer Handel e.V.,
Verband der Bildungszentren im ländlichen Raum (VBLR).

Neben den Verbänden haben sich bundesweit Vereine wie UAW, das Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (BBE), Greentable e.V. oder zivilgesellschaftliche Organisationen, wie die Deutsche Welthungerhilfe, beteiligt.

Wie viele Bürgerinnen und Bürger an der Aktionswoche teilgenommen und sich informiert haben, lässt sich aufgrund der unterschiedlichen Formate und Auspielwege (Online-Veranstaltungen, Informationsmaterialien, online Informationsvideos, Aktionen vor Ort) nicht quantifizieren.

4. Wie häufig wurde der Hashtag #deutschlandrettetlebensmittel in den sozialen Medien geteilt (Instagram, Twitter, Facebook)?

Generell bieten Twitter und Facebook keine Möglichkeiten der quantitativen Erhebung der Nutzung eines Hashtags. Auf Instagram wurde der Hashtag für 501 Beiträge genutzt (Stand: 13. November 2020).

5. Welche Schlussfolgerungen zieht die Bundesregierung aus der Aktionswoche „Deutschland rettet Lebensmittel!“ für das weitere Vorgehen im Bereich der Reduzierung der Lebensmittelverschwendung?

Die bundesweite Aktionswoche, organisiert vom BMEL und unter Beteiligung aller Länder, bietet eine Möglichkeit, mit hoher Reichweite über die Ursachen

der Lebensmittelverschwendung zu informieren, zu aktivieren und die gesamte Lebensmittelversorgungskette aktiv in den Prozess zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung einzubeziehen sowie miteinander zu vernetzen. Sie wird zukünftig jährlich durchgeführt. Die Bundesregierung wird die Umsetzung der Nationalen Strategie zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung mit den darin skizzierten unterschiedlichen Maßnahmen weiter vorantreiben.

6. Wie hoch waren die Kosten für die Aktionswoche „Deutschland rettet Lebensmittel!“, und aus welchem Haushaltstitel wurden diese bestritten (Kosten bitte einzeln auflisten)?

Die bundesweite Aktionswoche wurde aufgrund eines Beschlusses der Verbraucherschutzministerkonferenz von Bund (BMEL) und Ländern durchgeführt. Für die Konzeptionierung und Organisation wurden aus dem Haushaltstitel „Information der Verbraucherinnen und Verbraucher“ im Einzelplan 10 Kapitel 1002 Titel 684 04 Mittel in Höhe von 219.592 Euro aufgewendet. Über die Mittel, die die einzelnen Bundesländer verausgabt haben, liegen der Bundesregierung keine Informationen vor.

7. Konnte die Aktionswoche „Deutschland rettet Lebensmittel!“ bereits erste Erfolge im Bereich der Eindämmung der Lebensmittelverschwendung erzielen, und wenn ja, wie wurden diese bemessen?

Eine exakte Bemessung der Reduzierung von Lebensmittelabfällen, die auf Maßnahmen und Aktionen der Aktionswoche zurückzuführen sind, ist nicht möglich. Schulungen und Informationsmaßnahmen tragen jedoch zu einer größeren Aufmerksamkeit bei Verbraucherinnen und Verbrauchern hinsichtlich Lebensmittelverschwendung bei.

