

GUTES ESSEN, GUTES GEWISSEN FÜR ALLE

Dialogpapier

der Projektgruppe

#NeueLebensqualität – Morgen gut leben

ZUM DIALOGPAPIER

Neue Zeiten erfordern neue Ideen. Unter dem Titel „Projekt Zukunft #NeueGerechtigkeit“ erarbeitet die SPD-Bundestagsfraktion bis Sommer 2016 Lösungen für die Herausforderungen von morgen. Dabei setzen wir in sechs Projektgruppen auf einen breit angelegten Dialog mit Fachleuten, Organisationen sowie Bürgerinnen und Bürgern. Die erarbeiteten Konzepte sollen unmittelbar in die parlamentarische Arbeit der SPD-Fraktion einfließen.

Wie kann man allen Menschen eine gesunde, qualitätsvolle Ernährung ermöglichen, ohne die Verbraucher zu bevormunden? Wie kann es gelingen, dass verantwortungsvoller Konsum kein Luxusthema ist? Die Projektgruppe „#NeueLebensqualität – Morgen gut leben“ nimmt die Perspektive der Verbraucherinnen und Verbraucher ein und stellt in dem vorliegenden Dialogpapier erste Ideen für Lösungen an der Schnittstelle Landwirtschaft, Tierschutz und Umweltschutz zur Diskussion.

Das vorliegende Papier ist noch kein Beschluss der SPD-Bundestagsfraktion, sondern nimmt eine erste Problemanalyse vor und skizziert Handlungsmöglichkeiten. Hierzu bitten wir um Ihre Stellungnahmen. Wir freuen uns auf Ihre Beiträge.

Marina Kermer, Projektleiterin

Carsten Träger, stellv. Projektleiter

Mitglieder der Projektgruppe #NeueLebensqualität:

Elvira Drobinski-Weiß	Michael Groß	Bettina Müller	Detlev Pilger
Christina Jantz-Hermann	Frank Junge	Detlef Müller	Ursula Schulte
Uli Grötsch	Susanne Mittag	Ulli Nissen	Petra Hinz

INHALT

DIALOGPAPIER	3
I. Gutes Essen, gutes Gewissen für Alle	3
II. Verbraucherwünsche entlang der Wertschöpfungskette	4
III. Hier sehen wir Handlungsbedarf	6
1. Nachhaltige Landwirtschaft	6
2. Mehr Tierschutz in der Nutztierhaltung	7
3. Vielfalt in Produktion, Verarbeitung und Handel erhalten	8
4. Klare Regeln, wirksame Sanktionen	9
5. Mehr Unterstützung für gesunde und nachhaltige Kaufentscheidungen	10
6. Bildung für einen gesunden und nachhaltigen Lebensstil	11
7. Gesunde Verpflegung in KiTa und Schule	12
IV. Einladung zum Dialog	13

DIALOGPAPIER

I. GUTES ESSEN, GUTES GEWISSEN FÜR ALLE

Nie war es so einfach wie heute, sich ausreichend, gut und vielfältig zu ernähren. Zu jeder Jahreszeit, tagtäglich und nahezu überall stehen wir einem reichhaltigen Angebot von Lebensmitteln gegenüber. Wir haben die Freiheit zu wählen. Dabei geht es kaum noch darum, einfach nur satt zu werden. Die Beweggründe für die Wahl bestimmter Lebensmittel und Ernährungsstile sind so vielfältig wie das verfügbare Angebot. Verbraucherinnen und Verbraucher bestimmen mit ihren Konsumententscheidungen mit, zu welchen Bedingungen Lebensmittel produziert werden. Doch Verbraucherinnen und Verbraucher sind so verschieden wie ihre Lebensumstände, Herkunft und Interessen, und sie verfügen über unterschiedliche finanzielle Mittel und Wissensstände. Nicht alle können und wollen immer verantwortungsvoll konsumieren. Zudem liegt die Verantwortung für soziale und ökologische Produktionsbedingungen nicht allein beim Konsumenten.

Eine stetig wachsende Konsumentengruppe indes ist unzufrieden mit den Bedingungen, die der vermeintlich freien Auswahl zugrunde liegen. Der Preiswettbewerb im Lebensmittelmarkt führt zu Einsparungen bei der Produktion und entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Diese gehen zu Lasten der Landwirte, der Arbeitnehmer im verarbeitenden Gewerbe und im Handel, der Qualität und der Umwelt- und Tierschutzstandards.

Viele haben das längst satt und der Protest wird durch alle gesellschaftlichen Schichten lauter - Gegen Massentierhaltung, umweltschädigende Produktionsmethoden, menschenunwürdige Arbeitsbedingungen, unsaubere Machenschaften für immer noch mehr Profit und Verdrängung von kleineren Playern am Markt zu Lasten der Vielfalt. Land- und Lebensmittelwirtschaft müssen auf dem Weg vom Preis- zum Qualitätswettbewerb bestärkt werden. Wir nehmen diese Stimmen wahr und wollen mit unserem Handeln den Verbraucherinnen und Verbrauchern mehr Gehör verschaffen.

Wir wollen Veränderungen in Strukturen und Verhältnissen voranbringen, die alle Beteiligten stärken für echte Chancengleichheit und einen Qualitätswettbewerb am Markt. Nachhaltige Erzeugung und faire Löhne haben einen Preis, der sich in den Produkten widerspiegeln muss. Eine faire Marktsituation schaffen wir dann, wenn wir politisch und gesamtgesellschaftlich die Verantwortung dafür übernehmen, dass diese Erzeugnisse wettbewerbsfähig werden. Wir wollen die wachsende Anzahl von Verbraucherinnen und Verbrauchern, die sich sozial und ökologisch nachhaltige Produkte wünschen, mit klaren, aussagekräftigen Informationen über die Herstellungsbedingungen unterstützen. Und wir wollen, dass der Weg für ein gutes Gewissen und gutes Essen beim Lebensmitteleinkauf für alle offen steht.

Wir stehen zu unserer politischen Verantwortung. Denn wichtige gesellschaftspolitische Ziele wie gerechte Arbeitsbedingungen, Tierschutz und der Umweltschutz können nicht allein durch den „richtigen Einkauf“ beantwortet werden. Gemeinsam sind Staat, Zivilgesellschaft und Unternehmen in der Verantwortung, sich für Nachhaltigkeit und Gerechtigkeit einzusetzen.

Eine gute und umfassende Bildung für nachhaltigen Konsum und gesunde Ernährung schafft die Voraussetzungen, damit alle die Chance bekommen, ihre Verantwortung wahrzunehmen.

Mit dem vorliegenden Papier treten wir in einen breiten gesellschaftlichen Dialog. Wir wollen gemeinsam Handlungsansätze entwickeln, die vornehmlich an gesellschaftlichen Bedürfnissen und Zielen ausgerichtet sind. Für eine zukunftsfähige und nachhaltige Ernährungs- und Verbraucherpolitik.

II. VERBRAUCHERWÜNSCHE ENTLANG DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE

In unserem Warenkorb liegen nicht allein Lebensmittel, sondern Produktions- und Verarbeitungsprozesse, Gesundheit, Genuss und Lebensstil. Mehr und mehr Verbraucherinnen und Verbraucher haben eine klare Vorstellung davon, wie die Lebensmittel hergestellt sein sollten, die sie essen möchten.

Produktion

- Viele Verbraucherinnen und Verbraucher haben Vorbehalte gegenüber bestimmten industrialisierten Produktionsmethoden in der landwirtschaftlichen Tierhaltung und Pflanzenproduktion. Die konventionelle Landwirtschaft trägt durch intensive Bewirtschaftung der Flächen zum Klimawandel und Biodiversitätsverlust bei, sie belastet Böden und Gewässer durch Nährstoffüberschüsse.
- Gegenwärtig verursachen industrialisierte Produktionsmethoden in der Landwirtschaft Folgekosten durch Umweltprobleme, die häufig gesamtgesellschaftlich getragen werden müssen. Die Produkte sind im Handel meist besonders preiswert und deshalb marktbestimmend.
- Die Strukturen in landwirtschaftlicher Produktion, Lebensmittelverarbeitung und Handel werden immer größer und zentraler. Kleinere Wettbewerber werden verdrängt zu Lasten der Vielfalt und nicht selten auch der Qualität. Viele Verbraucherinnen und Verbraucher wollen auch in Zukunft Produkte von kleineren Erzeugern oder dem Lebensmittelhandwerk aus der Region kaufen.

Verarbeitung

- Vorgefertigte Lebensmittel und Fertiggerichte erobern zunehmend den Lebensmittelmarkt. Stark verarbeitete Produkte weisen in ihrer Zusammensetzung bezogen auf Inhaltsstoffe wie z. B. Salz, Zucker und Fett häufig sehr hohe Werte auf, die einer ernährungswissenschaftlich empfohlenen reduzierten Aufnahme im Wege stehen. Verbraucherinnen und Verbraucher sollten sich aber auch mit dem Griff zum Fertigprodukt gesund ernähren können.
- Die staatliche Lebensmittelkontrolle weist Defizite in der bundesweiten Umsetzung auf. Die vorhandenen Kontrollstrukturen der Länder und die damit verbundene Regionalisierung der Überwachung können zu Interessenkonflikten führen, wenn Arbeitsplätze gefährdet sind.
- Wiederkehrende Lebensmittelskandale verunsichern die Verbraucherinnen und Verbraucher, Sie wollen sich darauf verlassen können, dass ihre Lebensmittel sicher sind und es spürbare Konsequenzen für Vergehen gegen das Lebensmittelrecht gibt. Zudem wünschen sich Verbraucherinnen und Verbraucher mehr Transparenz in Bezug auf „schwarze Schafe“.

Konsum

- Das Kleingedruckte auf Lebensmittelverpackungen bietet den Verbraucherinnen und Verbrauchern zu wenig Orientierung für gesunde oder nachhaltige Konsumententscheidungen. Kaufentscheidungen im Supermarkt werden in der Regel in Sekunden getroffen. Konsumenten müssen deshalb gut und schnell erkennen können, was in den Lebensmitteln drin steckt und wie sie produziert wurden.
- Die Mehrheit der Menschen in Deutschland will keine gentechnisch veränderten Pflanzen (GVO) auf dem Acker und auf dem Teller. Doch bisher gibt es keine verpflichtende Kennzeichnung für tierische Produkte aus GVO-Fütterung, die dem Konsumenten den Protest mit dem Einkaufswagen ermöglicht.
- Vegetarismus und Veganismus sind Ernährungstrends, die insbesondere in jüngeren Generationen immer mehr Zuspruch finden. Neben gesundheitlichen oder ethischen Gründen liegt dieser Trend vornehmlich in Tierschutzdefiziten in Haltung und Schlachtung sowie den Folgen für die Umwelt begründet. Verbraucherinnen und Verbraucher, die Kaufentscheidungen nach diesen Kriterien treffen möchten, sollen diese Lebensmittel sicher erkennen können.

Ernährung

- Die Ernährung hat einen wesentlichen Einfluss auf den gesundheitlichen Status eines Menschen. Von frühester Kindheit an werden hier wichtige Weichen mit Langzeitwirkung gelegt. Nichtübertragbare Krankheiten, wie Diabetes mellitus Typ 2, Adipositas und in der Folge Herz- Kreislaufkrankungen steigen enorm an. Dieser Entwicklung müssen wir entgegenreten.
- Studien belegen, dass die sozioökonomische Lage sowie das soziokulturelle Umfeld über das Ernährungsverhalten entscheiden. Verbraucher- und Ernährungsbildung schafft die Voraussetzung für Chancengleichheit und fördert nachhaltige und gesunde Konsumententscheidungen.
- Die Bedeutung der Gemeinschaftsverpflegung in Schulen und Kitas nimmt auch gerade mit dem Ausbau an Ganztagschulen zu. Damit nehmen die kommunalen Träger eine wichtige Vorbildfunktion ein. Sie bestimmen mit über das Angebot an nachhaltig produzierten Lebensmitteln und ausgewogenen Mahlzeiten.

III. HIER SEHEN WIR HANDLUNGSBEDARF

1. NACHHALTIGE LANDWIRTSCHAFT

Verbrauchervorstellungen und die Einstellung einer überwiegenden Zahl von Landwirten zu einer nachhaltigen landwirtschaftlichen Produktion liegen häufig nah beieinander. Das Selbstverständnis aller verantwortlich arbeitenden Landwirte gründet auf Bewahrung der natürlichen Ressourcen, die ihnen Existenzgrundlage sind. Insbesondere für kleinere Familienbetriebe wird es jedoch immer schwieriger auf dieser Grundlage zu wirtschaften und ausreichend Einkommen zu erzielen. Nachhaltige Landwirtschaft wirtschaftet flächendeckend, ist multifunktional ausgerichtet und dem Ziel einer ressourcenschonenden Produktionsweise verpflichtet. Eine bäuerliche Landwirtschaft, die in möglichst Hof nahen Kreisläufen wirtschaftet, die in die Region und die ländliche Gemeinschaft eingebunden ist und deren Handeln auf die Sicherung der Lebens- und Wirtschaftsgrundlagen abzielt, gibt es immer seltener.

Die derzeitige Ausgestaltung der gemeinsamen EU-Agrarpolitik mit ihren pauschalen Subventionen begünstigt Großbetriebe. Sie setzt zu wenig Anreize für nachhaltige Landwirtschaft. Der Markt fordert große Mengen zu Niedrigstpreisen, denen viele Betriebsstrukturen nicht gewachsen sind. Zudem gibt es ein Konsumverhalten, das die niedrigen Preise z. B. für Fleisch im Einzelhandel stützt.

Der ökologische Landbau erfüllt in großen Teilen die gesellschaftlich gewünschten Anforderungen an Umweltverträglichkeit und Tierschutz. Er trägt zum Klimaschutz und zum Erhalt der Artenvielfalt bei und lehnt Gentechnik ab. Die Nachfrage nach Lebensmitteln aus ökologischer Produktion steigt.

In allen Käufergruppen wächst die Bedeutung nachhaltig produzierter Lebensmittel. Nachhaltiger produzieren, ob ökologisch oder konventionell, heißt immer auch höhere Kosten für die erwünschte Prozessqualität.

Bewusstsein zu schaffen und die Beziehung zwischen der landwirtschaftlichen Produktion und dem Produkt in der Ladentheke wieder herzustellen, ist von herausragender Relevanz. Mehr Kenntnisse darüber, wie und unter welchen Bedingungen Lebensmittel produziert werden, wird die gesellschaftliche Akzeptanz und die Zahlungsbereitschaft erhöhen.

Fragen

- 1. Wie müssen gute Verbraucherinformationen aussehen, um nachhaltige Kaufentscheidungen umfassend treffen zu können? Wäre die Einführung eines Nachhaltigkeitslabels zielführend? Wie müsste dieses ausgestaltet sein?**
- 2. Wie können wir den ökologischen Landbau weiter stärken und ausbauen und dem kurzfristigen Ziel, ihn auf 20% der landwirtschaftlich genutzten Fläche auszudehnen, schneller näher kommen? Wie können wir Nachhaltigkeit in der konventionellen Landwirtschaft voranbringen?**
- 3. Wie schaffen wir eine faire Marktsituation für Lebensmittel aus nachhaltiger Erzeugung?**
- 4. Wie könnte eine gerechtere und umweltverträgliche gemeinsame Agrarpolitik aussehen? Könnte es ein Ansatz sein, dass öffentliche Mittel nur noch für öffentliche Leistungen gewährt werden?**

2. MEHR TIERSCHUTZ IN DER NUTZTIERHALTUNG

Der Tierschutz muss in den Mittelpunkt der Nutztierhaltung gerückt werden. Tiere dürfen nicht länger ausschließlich als Ware gesehen werden. Ziel muss es sein, die Haltungsbedingungen den Tieren anzupassen und nicht die Tiere den Haltungsbedingungen. Wir begleiten die Landwirtschaft auf dem Weg zu mehr Tierschutz in der Nutztierhaltung. Das Tierschutzlabel des Deutschen Tierschutzbundes sowie die Initiative-Tierwohl von Lebensmitteleinzelhandel und Landwirtschaft zeigen, dass die Bedürfnisse der Verbraucherinnen und Verbraucher identifiziert worden sind. Und auch die Landwirte zeigen hier Engagement. Jedoch müssen die Bemühungen für mehr Tierschutz in der Nutztierhaltung noch intensiviert werden. Tierartgerechte Haltungsbedingungen und -systeme sollten langfristig Pflicht werden.

Das Umdenken in der Nutztierhaltung entspricht den Verbraucherinteressen. Die höheren Kosten für diese gesellschaftlich gewünschte Entwicklung müssen auch durch den Verbraucher honoriert werden. Tierschutzorientierte Landwirte müssen mit ihren Produkten eine gute Chance haben, im Markt zu bestehen. Sie müssen fair entlohnt werden. Hier müssen langfristig wirksame Förderinstrumente unter Beteiligung der Verbraucherinnen und Verbraucher entwickelt werden.

Es ist wichtig aufzuklären und Vertrauen zu schaffen, um Verbraucherinnen und Verbraucher mitzunehmen auf dem Weg in nachhaltige und gesellschaftlich akzeptierte Tierhaltungsformen. Mehr Tierschutz ist mit höheren Kosten verbunden

Die Ernährungswissenschaft mahnt einen verringerten Fleischkonsum an. Im Verständnis durch Bildung dafür, dass sich hier zwei gesellschaftlich erwünschte Ziele ergänzen, kann ein neues Bewusstsein für Kaufentscheidungen entstehen.

Fragen

5. **Wie kann die Landwirtschaft auf dem Weg zu mehr Tierschutz begleitet werden? Wie muss insbesondere die Förderung der landwirtschaftlichen Nutztierhaltung gestaltet werden, um die Verbreitung von tierischen Lebensmitteln aus artgerechter Haltung voranzubringen?**
6. **Wie können die verarbeitende Industrie, Handel und Gastronomie ihrer Verantwortung für mehr Tierschutz gerecht werden?**
7. **Wo kann angesetzt werden, um die Bereitschaft der Verbraucherinnen und Verbraucher, für tierische Lebensmittel aus artgerechter Haltung Mehrkosten in Kauf zu nehmen, zu erhöhen? Wie kann verhindert werden, dass Fleischkonsum eine soziale Frage wird?**

3. VIELFALT IN PRODUKTION, VERARBEITUNG UND HANDEL ERHALTEN

Die Strukturen entlang der Wertschöpfungskette in Lebensmittelproduktion, -verarbeitung und -vermarktung werden immer größer und die Konzentrationsprozesse schreiten voran. Kleinere Betriebe in Landwirtschaft, Lebensmittelhandwerk und -vermarktung können gegen die starke Konkurrenz häufig nicht bestehen. In der Folge sterben Höfe, regional wirtschaftende kleine Bäckereien und Metzgereien.

Verbraucherinnen und Verbraucher profitieren von den Konzentrationsprozessen in Form von geringen Lebensmittelpreisen. Dennoch gibt es eine wachsende Gruppe, die jenseits des allgegenwärtigen Angebotserlebens, andere Qualitäten sucht. Während in städtischen Bereichen kleinere Handwerksbetriebe und Läden sich neben den Großen behaupten können, kämpfen kleine Anbieter in der Fläche um ihre Existenz. Discounter und große Lebensmittelketten erschweren häufig die Existenz kleiner regionaler Bäckereien, Metzgereien und Lebensmittelhändler. Vor Ort schwindet die Angebotsvielfalt. Viele Verbraucherinnen und Verbraucher, insbesondere in ländlich geprägten Regionen, sind gezwungen, ihr Einkaufsverhalten anzupassen. Bereits jetzt ist in vielen strukturschwachen Regionen die Nahversorgung nicht mehr gewährleistet.

Obwohl die Marktsituation derzeit gute Voraussetzungen für ökologisch arbeitende Landwirte, Verarbeiter und Händler bietet, stellt sich die Lage für kleinere Betriebe schwierig dar. Die Konzentrationsprozesse verlaufen analog zu denen im konventionellen Bereich.

Viele Konsumenten legen Wert darauf, dass sie auch Lebensmittel aus der eigenen Region kaufen können. Je weniger regionale Produkte wir kaufen können, desto größer wird offenbar die Sehnsucht nach dem Stück Ursprünglichkeit im Einkaufskorb. Große Lebensmittelkonzerne und -händler haben längst erkannt welches Marketingpotenzial hinter den Begriffen „Regional“, „Heimat“ und „hausgemacht“ steckt.

Viele Verbraucherinnen und Verbraucher wollen wissen, wie Lebensmittel produziert, verarbeitet und gehandelt werden und welche Abhängigkeiten innerhalb der Wertschöpfungskette bestehen.

Fragen

8. **Wie können wir kleine Strukturen in Lebensmittelproduktion, -verarbeitung und -handel so fördern, dass das Angebot nachhaltig produzierter Lebensmittel größer wird?**
9. **Inwiefern könnte ein Regionalsiegel auf Lebensmitteln zielführend sein, um die lokale Wertschöpfung und kleinere Betriebe zu stärken? Welches Verständnis von Regionalität liegt den Verbraucherinteressen zugrunde?**
10. **Was können wir tun, um das Wissen der Verbraucherinnen und Verbraucher über die Zusammenhänge zwischen Lebensmittelproduktion, -verarbeitung und -konsum zu erweitern?**
11. **Wie schaffen wir es, wohnortnahe Versorgungsstrukturen mit Lebensmitteln in strukturschwachen oder ländlichen Regionen sicher zu stellen, die dort häufig noch die letzte Chance für eine funktionierende Nahversorgung darstellen? Wo liegen hier die Chancen und Grenzen im wachsenden Online-Handel mit Lebensmitteln?**

4. KLARE REGELN, WIRKSAME SANKTIONEN

Wiederkehrende Lebensmittelskandale machen immer wieder deutlich, dass die bestehenden Strukturen und Instrumente nicht ausreichen, um unsaubere Machenschaften im Lebensmittelsektor auszuschließen. Das deutsche Strafrecht bietet abgesehen von überschaubaren Geldstrafen derzeit keine Möglichkeiten, Unternehmen in die Verantwortung zu nehmen. Oft haften Einzelpersonen, die dann schnell ersetzt werden, sodass das Unternehmen weiterhin verfahren kann wie zuvor.

Die Gewährleistung der Lebensmittelsicherheit ist zentrale Aufgabe der veterinär- und Lebensmitteluntersuchungsämter. Die lokalen Überwachungsbehörden dürfen nicht in einen lokalen Interessenskonflikt geraten. Dafür sind überregionale Überwachungsstrukturen mit einer ausreichenden Personalausstattung zu etablieren. Die bundesweite Koordinierung muss ausgebaut werden.

Verbraucherinnen und Verbraucher müssen mit größtmöglicher Transparenz über Missstände und die Ergebnisse der Lebensmittelkontrolle informiert werden. Es gilt das Vertrauen in funktionierende Kontrollinstanzen zurück zu gewinnen. Unsaubere Machenschaften dürfen sich für die Verursacher nicht mehr rechnen. Die öffentliche Benennung „schwarzer Schafe“ verleiht den Konsumenten die Macht zur eigenen Entscheidung mit dem Einkaufskorb.

Fragen

- 12. Die Einrichtung von Schwerpunktstaatsanwaltschaften in Deutschland für eine zielgerichtete Bekämpfung von Betrugsfällen in der Lebensmittelbranche wäre im Sinne des Verbraucherschutzes notwendig. Die Abschöpfung des Gewinns bei unlauteren Machenschaften sollte ermöglicht werden. Inwieweit kann die Einrichtung von Schwerpunktstaatsanwaltschaften einen wirksamen Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher gewährleisten?**
- 13. Wie können Kontrollergebnisse der staatlichen Lebensmittelkontrolle veröffentlicht werden? Könnte dies zu einem Qualitätswettbewerb unter den Anbietern führen, von dem die Verbraucherinnen und Verbraucher profitieren werden? In welcher Form sollte hier der Zugang ausgestaltet werden?**

5. MEHR UNTERSTÜTZUNG FÜR GESUNDE UND NACHHALTIGE KAUFENTSCHEIDUNGEN

Selbst wenn die Zusätze, Konservierungsstoffe und Geschmacksverstärker unübersehbar auf den Produktverpackungen deklariert sind, bringen diese Informationen für den durchschnittlichen Supermarktkunden kaum einen Erkenntnisgewinn. Gute Verbraucherpolitik muss den realen Menschen in den Mittelpunkt stellen. Entscheidungsfreiheit gründet auf empfängergerechter Information. Die bestehende Kennzeichnungspraxis bietet den Verbraucherinnen und Verbrauchern zu wenig Orientierung, um schnelle Kaufentscheidungen in Abwägung gesundheitlicher Vor- und Nachteile zu treffen. Ernährungswissenschaftlich empfohlen wird die Reduktion von Salz, Zucker und Fetten im täglichen Verzehr. Insbesondere bei stark verarbeiteten Produkten ist es schwer dieser Empfehlung nachzukommen. Eine einfache Vergleichbarkeit der Produkte untereinander ist anhand der derzeitigen Kennzeichnungspraxis kaum möglich. Auf die Schnelle ist nicht zu erkennen, welches Produkt besser ist.

Immer mehr Verbraucherinnen und Verbraucher ernähren sich vegetarisch und vegan. Lebensmittelindustrie und –handwerk greifen diesen Trend auf und bieten immer mehr vegetarische und vegane Produkte an. Demgegenüber stehen Produkte, in denen eigentlich keine Stoffe tierischen Ursprungs zu erwarten wären, wie z. Bsp. im Wein. Vegetarier und Veganer möchten sich darauf verlassen können, dass Produkte für ihre Ernährungsweise geeignet sind und wünschen sich daher eine verlässliche Kennzeichnung.

Ein Großteil der Verbraucherinnen und Verbraucher lehnt gentechnisch veränderte Organismen in Lebensmitteln ab. Die bereits existierende freiwillige Kennzeichnung „ohne Gentechnik“ wird gut angenommen. Eine Kennzeichnungspflicht für Produkte von Tieren, die mit GVO-Pflanzen gefüttert wurde, gibt es aber derzeit nicht.

Fragen

14. Welche Alternativen gibt es zum Kleingedruckten auf den Lebensmittelverpackungen, so dass die Verbraucherinnen und Verbraucher auf den ersten Blick eine gute Orientierung über die Inhalte und Nährwerte von Lebensmitteln erhalten? Ist die Nährwertampel, wie sie in Großbritannien eingeführt wurde, ein zielführendes Instrument?
15. Wie können wir es Verbraucherinnen und Verbrauchern erleichtern, sich im Alltag gesund zu ernähren?
16. Wie können wir sicherstellen, dass Verbraucherinnen und Verbraucher, die vegetarische oder vegane Produkte konsumieren wollen, diese deutlich erkennen können? Reichen die Kennzeichnungen hier aus bzw. was können wir verbessern?

6. BILDUNG FÜR EINEN GESUNDEN UND NACHHALTIGEN LEBENSSTIL

Die Grundlagen für unsere Lebensstile werden häufig bereits in der frühesten Kindheit gelegt. Familie und Umfeld prägen nachhaltig unser Verhalten und unsere Einstellungen. Der Einfluss von Familie schwindet dort, wo die Lebenswelten Kita und Schule im Tagesablauf von Kindern und Jugendlichen einen immer größeren Stellenwert einnehmen. Damit wächst ihre Bedeutung als Lernorte für Alltagskompetenzen und –verhalten.

Die Ernährungs- und Verbraucherbildung gerät zunehmend in den Fokus der öffentlichen Wahrnehmung. Studien belegen immer wieder, dass die sozioökonomische Lage sowie das soziokulturelle Umfeld die Ernährungsgewohnheiten beeinflussen. Menschen mit einem niedrigem Einkommen und geringer Bildung weisen häufiger ernährungsbedingte Gesundheitsprobleme auf, wie z. Bsp. Übergewicht und Adipositas sowie in der Folge Herz-Kreislaufkrankungen oder Diabetes mellitus Typ 2.

Der Trend zum Konsum von Fertigprodukten ist unabhängig von Einkommen und Bildung. Zeitmangel und fehlende Kenntnisse sind Ursache hierfür. In der Folge erlernen immer weniger Heranwachsende das Kochen und somit auch die Fähigkeit, selbstständig gesunde Mahlzeiten zuzubereiten.

In Deutschland landen jährlich 6,7 Millionen Tonnen Lebensmittel auf dem Müll. Die privaten Haushalte sind hierfür zu einem erheblichen Teil mitverantwortlich. Voraussetzung für eine Reduzierung dieser Lebensmittelverschwendung ist, dass alle Menschen die Verwertbarkeit von Lebensmitteln auch nach Ablauf des Mindesthaltbarkeitsdatums richtig einschätzen können und Kenntnisse über die Verarbeitung von Lebensmittelresten haben.

Ein erfolgreicher Ansatz zur Ernährungsbildung muss sowohl Wissen über gesunde Ernährung vermitteln können als auch Wege finden, die ein Erlernen des Kochens als handwerkliche Fähigkeit und der Genussbildung implementieren. Wenn wir diese Aufgabe als gesamtgesellschaftlichen Auftrag sehen, schaffen wir mehr Chancengleichheit. Kenntnisse über die Verwendung und Herkunft von Lebensmitteln sind zudem eine wichtige Grundlage für das Erlernen eines nachhaltigen Konsum- und Ernährungsverhaltens.

Fragen

- 17. Wie lässt sich eine qualitativ hochwertige Verbraucher- und Ernährungsbildung in KiTa und Schule umsetzen?**
- 18. Wäre ein „Förderprogramm Schulküchen“ seitens des Bundes eine sinnvolle Maßnahme für mehr Ernährungsbildung in den Schulen?**
- 19. Wie könnten Lösungen aussehen, die die notwendigen materiellen/finanziellen und personellen Rahmenbedingungen für eine erfolgreiche Umsetzung schaffen, damit gesundes Ernährungsverhalten unabhängig vom sozialen Status gelernt werden kann?**

7. GESUNDE VERPFLEGUNG IN KITA UND SCHULE

Schulen und Kindertagesstätten gewinnen als Lebens- und Erfahrungswelten für Kinder und Jugendliche immer mehr an Bedeutung. Chancengleichheit bedeutet hier, dass Kinder, die Ganztagsangebote nutzen, auf eine ausgewogene gesunde Ernährung im Lebensumfeld Kita und Schule vertrauen können müssen.

Eine gute Verpflegung der Kinder gehört zum integralen Bestandteil einer guten Familienzeitpolitik. Eltern, die arbeiten, möchten ihre Kinder tagsüber in Kita und Schule gut versorgt wissen. Über die Kita- und Schulverpflegung können wir auch Kinder erreichen, die von zu Hause nicht optimal versorgt werden. Diese Chance muss genutzt und der Zugang für alle gewährleistet werden.

Die Kosten für Gemeinschaftsverpflegung unterliegen zumeist einem knallharten Kalkül. Wirtschaftlichkeit geht in der Regel zu Lasten der Qualität. Die Träger von Bildungseinrichtungen sind gezwungen mit ihren Ausschreibungen einen Preiswettbewerb zwischen den Anbietern zu eröffnen.

Die Qualität der angebotenen Speisen steht und fällt häufig auch mit der Angebotsform. Preiswerte Anbieter arbeiten zumeist in zentralen großen Strukturen, die über Masse kleine Preise garantieren können. Lange Anfahrtswege erfordern ein langes Warmhalten der Speisen zu Lasten der Qualität. Das Kochen findet in den Schulen immer seltener statt. Schuleigene Küchen werden aus Kostengründen häufig geschlossen und bei Schulneu- und Umbauten von vorne herein ausschließlich Ausgabestellen für angelieferte Mahlzeiten geplant.

Die Gemeinschaftsverpflegung in Schulen und Kitas in Qualität und Ausrichtung zu steuern obliegt den Ländern. Aus bundespolitischer Sicht müssen Türöffner gefunden werden, die eine Unterstützung der Schulen ermöglichen.

Alle Beteiligten müssen darin befähigt werden, Qualität unterscheiden zu können und alle Instrumente einer guten Kita- und Schulverpflegung zu kennen. Bildung heißt hier auch, dass die Einnahme gemeinsamer Mahlzeiten in Kita und Schule für Kinder und Jugendliche Lernen für das Leben bedeutet: soziales Miteinander, Ernährungsverhalten und Geschmacksbildung.

Fragen

20. **Wie realisieren wir eine qualitativ hochwertige Schul- und Kitaverpflegung für alle Kinder unabhängig vom Geldbeutel? Wie könnte sich der Bund an dieser gesamtgesellschaftlichen Aufgabe beteiligen?**
21. **Welchen Beitrag könnte die konsequente Reduzierung des Mehrwertsteuersatzes für Kita- und Schulverpflegung von 15% auf 7% für flächendeckend faire Preise leisten?**
22. **Einige Länder haben die DGE-Standards zur gesunden Kita- und Schulverpflegung für Ausschreibungen verbindlich festgeschrieben. Wie schaffen wir es, dass bundesweit nach diesen Standards ausgeschrieben werden muss?**
23. **Die „Vernetzungsstellen Schulverpflegung“ stehen für eine qualitative Verbesserung der Schulverpflegung, die Erhöhung der Akzeptanz der Schulverpflegung und die Sensibilisierung der Öffentlichkeit. Die Angebote in den Bundesländern unterscheiden sich aber inhaltlich und qualitativ. Wie kann eine bessere Koordinierung gestaltet werden und muss in diesem Zusammenhang der Aufgabenkanon der Vernetzungsstellen überdacht/angepasst werden? Wie kann eine Zusammenarbeit zwischen einem Bundesinstitut für (Kinder-) Ernährung und den Vernetzungsstellen aussehen?**

IV. EINLADUNG ZUM DIALOG

Wir laden Sie herzlich zum Dialog ein. Wir interessieren uns für Ihre Ideen und Ansichten zu unseren Vorschlägen und Fragen. Lassen Sie uns gemeinsam die Weichen für eine gute, gesunde und nachhaltige Ernährung für alle stellen.

Gerne können Sie auch nur Stellung zu einzelnen Punkten nehmen.

Bitte schicken Sie uns Ihre Anregungen bis zum 15.04.2016

an heike.friedrich-hoelscher@spdfraktion.de

Kontakt

SPD-Bundestagsfraktion

Projektgruppe #NeueLebensqualität

Referentin: Heike Friedrich-Hölscher

Platz der Republik 1

11011 Berlin

Telefon: 030 22751182

Email: heike.friedrich-hoelscher@spdfraktion.de

Web: <http://www.spdfraktion.de/projekt-zukunft>

Twitter: http://twitter.com/spdbt_zukunft