

HANDLUNGSFELD ERNÄHRUNG

Unsere Ernährung hat einen großen Einfluss auf die Umwelt, insbesondere da sich der weltweite Nahrungsmittelbedarf bis 2050 gegenüber 2006 voraussichtlich verdoppeln wird. In Deutschland machen die ernährungsbedingten THG-Emissionen etwa 15 % pro Haushalt (Stand 2020) aus¹. Hier liegen also erhebliche Potenziale um Emissionen einzusparen. Die ernährungsbedingten Treibhausgase entstehen zum größten Teil in der Landwirtschaft, aber auch in der Lagerung, Verarbeitung, Verpackung, Auslieferung und Nutzung sowie in der Beseitigung von überlagerten Lebensmitteln. Daher hat im Rahmen des Klimaschutzprogramms 2030 das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) auch eine Maßnahme für eine nachhaltige Ernährungsweise einschließlich der Vermeidung von Lebensmittelabfällen entwickelt. Im Rahmen dessen wurde außerdem ein Programm zur Stärkung der Nachhaltigkeit in der Gemeinschaftsverpflegung der Bundesverwaltung konzipiert, das in Teilen als Vorbild für andere Nutzgruppen herangezogen werden kann.²

Das bereits formulierte Handlungsfeld Land- und Forstwirtschaft des Integrierten Klimaschutzkonzeptes des Kreises geht hier selbstverständlich Hand in Hand mit dem Handlungsfeld Ernährung. So waren 66 % der Emissionen der Landwirtschaft 2021 allein auf die direkte Tierhaltung zurückführbar, folglich kann eine Ernährung ohne tierische Produkte zum Klimaschutz beitragen³. Der Anteil an Vegetariern und Veganern hat sich von 2020 auf 2021 auf 10 % bzw. 2 % verdoppelt. Zudem reduziert über die Hälfte der Deutschen bewusst tierische Lebensmittel, so dass ein Trend hin zu einer nachhaltigeren Ernährung erkennbar ist. Dennoch liegt der jährliche Pro-Kopf-Verbrauch an Fleisch in Deutschland noch bei 60 kg (Stand 2021). Aus klimawissenschaftlicher und gesundheitlicher Sicht sollte der Verbrauch allerdings bei max. 15 kg liegen, das sind etwa 300 g wöchentlich.⁴ Insbesondere Männer haben einen deutlich höheren Verbrauch an tierischem Eiweiß. So ist auch eine Veränderung der sozialen Norm ausschlaggebend für eine langfristige Reduktion des Fleischkonsums. Maßnahmen in Bildungseinrichtungen und in Gemeinschaftsverpflegungen werden daher als zielführend angesehen.⁵

Der Konsum von tierischen Lebensmitteln macht sich auch im landwirtschaftlichen Flächenverbrauch bemerkbar. Insgesamt liegt dieser bei 2.250 m² pro Kopf, wovon ca. 2/3 auf tierische Lebensmittel entfallen. Dabei verursacht nicht die Tierhaltung an sich allein diesen Anteil, sondern auch der Futtermittelanbau. In Deutschland ist nicht genug landwirtschaftliche Fläche vorhanden um diesen Bedarf zu decken, so dass der Flächenbedarf auf das Ausland ausgedehnt wird. Dies ist problematisch, da so die landwirtschaftliche Fläche in den Importländern für den Eigenbedarf von heimischen Lebensmitteln verringert wird.

Zudem belastet der Wasserverbrauch für die Lebensmittelproduktion das Klima. Täglich werden pro Tag und pro Kopf ca. 3.350 Liter Wasser für die Herstellung unserer Lebensmittel verbraucht (2014)⁶. Der Verbrauch ist allerdings aufgrund des häufig ausgelagerten Nahrungsmittelanbaus zum Großteil im Ausland, u. a. auch in Regionen, welche hohem Wasserstress ausgesetzt sind. Dies kann wiederum zu lokaler Trinkwasserknappheit führen und die ökologische Situation vor Ort verschlechtern durch

¹ <https://www.bmu.de/jugend/wissen/details/mein-essen-die-umwelt-und-das-klima> (Stand 2020)

² [BMEL - Klimaschutz - BMEL-Klimaschutzmaßnahmen in der Land- und Forstwirtschaft](#)

³ [WWF-Studie, S. 4](#)

⁴ <https://www.dge.de/presse/pm/gut-fuer-die-gesundheit-viel-gemuese-und-obst-weniger-fleisch/>

⁵ <https://www.boell.de/index.php/de/de/fleischatlas-2021-jugend-klima-ernaehrung>

⁶ <https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/von-der-welt-auf-den-teller>

beispielsweise Austrocknung von Seen oder Absenkung von Grundwasserspiegeln. So stellen regionale Lebensmittel oft eine nachhaltigere Alternative dar. Die Transportwege verkürzen sich und die Lagerung entfällt bzw. verringert sich erheblich bei saisonaler Ware. Vorteilhaft ist außerdem eine Wertschöpfung und Arbeitsplatzsicherung in der Region. Allerdings besteht das Problem, dass Regionalität kein geschützter Begriff ist und somit für Verbraucher nicht unbedingt klar erkennbar ist, wie bei den einzelnen Produkten Region definiert wird.

Ein weiterer Schritt zu einer klimafreundlicheren Ernährung können ökologisch angebaute Lebensmittel sein, da hier u. a. keine mineralischen Stickstoffdünger oder chemisch-synthetischen Pflanzenschutzmittel verwendet werden dürfen. So gelangen insgesamt weniger Schadstoffe und überschüssige Nährstoffe in die Umwelt, was auch für die Ökologie, insbesondere die Artenvielfalt und die Bodenfruchtbarkeit, von Vorteil ist.⁷ Das Land Nordrhein-Westfalen hat sich das Ziel gesetzt bis 2030 den Ökolandbauanteil auf 20 % steigern, so dass hier eine Unterstützung von Seiten der Kreisverwaltung sinnvoll ist.⁸ Bei Verbrauchern rücken Bio-Lebensmittel ebenfalls immer mehr in den Vordergrund. So gaben 2021 38 % an häufig oder ausschließlich Bio-Lebensmittel zu kaufen. Am meisten wird bei Obst, Gemüse und Eiern auf entsprechende Siegel geachtet. Wichtigster und zweitwichtigster Grund sind für 75 % der Verbraucher Umwelt- und Klimaschutz sowie artgerechte Tierhaltung.⁹

Folglich werden Handlungsansätze in drei Bereichen gesehen:

- Vermeidung von Lebensmittelabfällen
- Bewusstseinsbildung für nachhaltige Ernährung
- Stärkung von nachhaltigeren Lebensmitteln

Insbesondere im letzten Handlungsansatz sind nochmal explizit die bereits erstellten Maßnahmen „Bewerbung einer kreisweiten Onlinekarte der Hofläden/Anbieter regionaler Produkte (L1)“, sowie „Konzept Solidarische Landwirtschaft (L2)“ zu nennen, welche die regionale und ökologische Landwirtschaft stärken wollen.

Aus diesen Handlungsansätzen ergeben sich ergänzend die in nachfolgender Tabelle aufgeführten Maßnahmen für das Handlungsfeld Ernährung:

Kürzel	Maßnahmen im Handlungsfeld Ernährung
E1	Lebensmittelabfälle reduzieren
E2	Öffentlichkeitsarbeit zu nachhaltiger Ernährung
E3	Bewusstseinsbildung für nachhaltige Ernährung in Bildungseinrichtungen
E4	Fairen Handel stärken

In den folgenden Steckbriefen werden die Maßnahmen nochmal ausführlicher beschrieben.

⁷ <https://www.umweltbundesamt.de/umweltatlas/umwelt-landwirtschaft/mein-handeln/nachhaltige-ernaehrung/was-macht-eine-nachhaltige-ernaehrung-aus-0>

⁸ <https://nachhaltigkeit.nrw.de/nrw-nachhaltigkeitsstrategie-2020>

⁹ https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/Broschueren/oekobarometer-2021.pdf?__blob=publicationFile&v=8

MAßNAHMEN IM BEREICH ERNÄHRUNG UND LEBENSMITTEL

Lebensmittelabfälle reduzieren		E1																					
Handlungsfeld	Ernährung und Lebensmittel																						
Zielgruppe	Bürgerinnen und Bürger, Kreis Paderborn, Gastronomie																						
Leitziel	Senkung der Lebensmittelabfälle																						
Beschreibung	<p>Jährlich fallen in Deutschland laut BMEL etwa 12 Mio. t Lebensmittelabfall an. Davon verursachen 52 % die Privathaushalte, was 75 kg jährlich pro Kopf entspricht.¹⁰</p> <div data-bbox="470 577 1390 1077" data-label="Figure"> <p>WO ENTSTEHEN LEBENSMITTELABFÄLLE?</p> <table border="1"> <caption>WO ENTSTEHEN LEBENSMITTELABFÄLLE?</caption> <thead> <tr> <th>Sektor</th> <th>Menge (Mio. t)</th> <th>Anteil (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Primärproduktion</td> <td>1,4</td> <td>12%</td> </tr> <tr> <td>Verarbeitung von Lebensmitteln</td> <td>2,2</td> <td>18%</td> </tr> <tr> <td>Groß- und Einzelhandel</td> <td>0,5</td> <td>4%</td> </tr> <tr> <td>Außer-Haus-Verpflegung</td> <td>1,7</td> <td>14%</td> </tr> <tr> <td>Private Haushalte</td> <td>6,1</td> <td>52%</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>12</td> <td>100%</td> </tr> </tbody> </table> <p>Die Gründe sind vielfältig, vor allem falsche Lagerung, eine schlechte Einkaufs- und Kochplanung oder Missverständnisse bei dem Mindesthaltbarkeitsdatum. Doch allein den Lebensmittelabfall zu halbieren kann 6 Mio. Tonnen CO_{2eq} jährlich einsparen. Daher soll im Rahmen dieser Maßnahme Öffentlichkeitsarbeit erfolgen, welche Bürgerinnen und Bürger über Missverständnisse der Lebensmittelnutzung aufklärt. Dafür können entsprechende Printmaterialien erstellt bzw. genutzt werden und diese bei passenden Veranstaltungen (auch von den Kommunen und anderen Akteuren) verteilt werden. Eine Teilnahme an der jährlich stattfindenden Aktionswoche „Deutschland rettet Lebensmittel“ kann zusätzliche Aufmerksamkeit für das Thema generieren. Hier sollte mit lokalen Akteuren kooperiert werden. Darüber hinaus sollte bekannter gemacht werden, wo kostenlos Obst/ Kräuter geerntet werden können mithilfe des Blauen Bandes oder www.mundraub.org. Auch in der Außer-Haus-Verpflegung fallen ca. 14 % der Lebensmittelabfälle an, wovon laut United Against Waste, eine Initiative der Lebensmittelbranche, 30-50 % eingespart werden könnten. Die Kompetenzstelle Außer-Haus-Verpflegung wird vom BMEL gefördert und unterstützt Gastronomiebetriebe ihre Lebensmittelabfälle zu reduzieren mit der Analyse der betriebseigenen Abfalldaten. Dieser Kompetenzstelle (siehe www.kahv.de) kann die kreiseigene Kantine sowie die Kantinen der Berufskollegs beitreten und somit eine Vorreiterrolle einnehmen. Des Weiteren kann die Aktion Restlos genießen (https://www.zugutfuerdietonne.de/unsere-aktivitaeten/aktion-restlos-</p> </div>		Sektor	Menge (Mio. t)	Anteil (%)	Primärproduktion	1,4	12%	Verarbeitung von Lebensmitteln	2,2	18%	Groß- und Einzelhandel	0,5	4%	Außer-Haus-Verpflegung	1,7	14%	Private Haushalte	6,1	52%	Gesamt	12	100%
Sektor	Menge (Mio. t)	Anteil (%)																					
Primärproduktion	1,4	12%																					
Verarbeitung von Lebensmitteln	2,2	18%																					
Groß- und Einzelhandel	0,5	4%																					
Außer-Haus-Verpflegung	1,7	14%																					
Private Haushalte	6,1	52%																					
Gesamt	12	100%																					

¹⁰ <https://www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/lebensmittelverschwendung/studie-lebensmittelabfaelle-deutschland.html>

	geniessen) beworben werden. Dafür müssen Restaurants angesprochen werden um die Aktion in den Restaurants direkt zu bewerben.
Handlungsschritte	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ansprache der relevanten Akteure 2. Erstellung/ Bereitstellung der Öffentlichkeitsarbeitsmaterialien 3. Beitritt zur Kompetenzstelle Außer-Haus-Verpflegung 4. Planung und Durchführung der Aktionswoche „Deutschland rettet Lebensmittel“ 5. Evaluierung
Akteure	<ul style="list-style-type: none"> • Kreis Paderborn • Kreisangehörige Kommunen • Gastronomiebetriebe • Weitere Akteure, z.B. foodsharing, Verbraucherzentrale, vhs, Tafeln
Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten	<ul style="list-style-type: none"> • Eigenmittel des Kreises • Ggf. Eigenmittel der kreisangehörigen Kommunen
Zeitplanung	langfristig
Einsparpotenziale	Nicht quantifizierbar

Öffentlichkeitsarbeit zu nachhaltiger Ernährung		E2
Handlungsfeld	Ernährung und Lebensmittel	
Zielgruppe	Bürgerinnen und Bürger, Kreis Paderborn, Unternehmen	
Leitziel	Bewusstsein für nachhaltige Ernährung stärken	
Beschreibung	<p>Um Bürgerinnen und Bürger für das Thema nachhaltige Ernährung zu sensibilisieren soll Öffentlichkeitsarbeit betrieben werden. Im Zuge dieser Maßnahme sollen unterschiedliche Projekte und Aktionen umgesetzt werden, so dass unterschiedliche Zielgruppen angesprochen werden um eine möglichst hohe Erreichbarkeit zu generieren. Dabei kann beispielsweise folgendes umgesetzt werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wanderausstellung zum Thema Ernährung und Klima • Hofladen- oder Streuobstwiesentour mit Verkostung (Wandern oder per Fahrrad) • (Online-) Kochkurse zu nachhaltiger Ernährung für Eltern und Kinder • Klimafit Challenge (www.klimafit-kurse.de) • ... <p>Die Öffentlichkeitsarbeit soll vor allem auf vorhandene Angebote aufmerksam machen bzw. in Kooperation mit lokalen Akteuren stattfinden. Um diese noch sichtbarer zu machen kann auch ein Tag der Ernährung o.ä. organisiert werden um die Bevölkerung zu sensibilisieren.</p>	
Handlungsschritte	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gezielte Ansprache von Akteuren 2. Erarbeitung eines Maßnahmenprogramms 3. Durchführung der Kampagne mit begleitender Öffentlichkeitsarbeit 4. Evaluierung der Kampagne 	
Akteure	<ul style="list-style-type: none"> • Kreis Paderborn • Gesunde Kommune • Krankenkassen • Universität Paderborn, Institut für Ernährung, Konsum und Gesundheit • KreisSportBund Paderborn e.V. • Touristikzentrale Paderborner Land • Naturpark Teutoburger Wald Eggegebirge • VHS • Verbraucherzentrale • Weitere lokale Akteure 	
Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten	<ul style="list-style-type: none"> • Eigenmittel des Kreises 	
Zeitplanung	langfristig	
Einsparpotenziale	indirekt	

Bewusstseinsbildung für nachhaltige Ernährung in Bildungseinrichtungen E3

Handlungsfeld	Ernährung und Lebensmittel
Zielgruppe	Kinderkrippen, Kindergärten, Schulen, außerschulische Bildungseinrichtungen, Kantine, Berufsschulen
Leitziel	Bewusstsein für nachhaltige Ernährung stärken
Beschreibung	<p>Informationskampagnen adressieren häufig die bürgerliche Mittelschicht, in Schulen/Kitas erreicht man besser weitere Bevölkerungsschichten, so dass hier nochmal speziell das Thema nachhaltige Ernährung fokussiert werden soll. Es gibt bereits eine Vielzahl von Bildungsangeboten in diesem Bereich, welche genutzt werden können. Allerdings müssen diese in den Bildungseinrichtungen noch bekannter gemacht werden. Ggf. ist auch weitere Unterstützung finanzieller oder personeller Art nötig. Zur Identifizierung bisheriger Barrieren sollte ein Austausch mit interessierten Schulen und Kindergärten stattfinden. Beispielsweise kann folgendes genutzt werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ernährungsführerschein für 3. Klassen (https://www.bzfe.de/bildung/der-ernaehrungsfuehrerschein/der-ernaehrungsfuehrerschein/) • BZfE-Unterrichtsmodul für Klassen 7.-10. zu pflanzenbetonter Essweisen (https://www.bzfe.de/service/news/aktuelle-meldungen/news-archiv/meldungen-2022/maerz/vegan-vegetarisch-vege-was/) • Bildungsmaterialien unter www.kita-schulverpflegung.nrw • Escape Climate Change Spiel (https://www.escape-climate-change.de/home.html)
Handlungsschritte	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ansprache der Schulen/ Kindergärten 2. Planung der Projekte und Einzelmaßnahmen 3. Umsetzung der Projekte und Einzelmaßnahmen 4. Öffentlichkeitsarbeit 5. Feedback und Controlling
Akteure	<ul style="list-style-type: none"> • Kreis Paderborn • Bildungseinrichtungen im Kreisgebiet • NABU BNE- Regionalzentrum • Ggf. weitere lokale Akteure
Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten	<ul style="list-style-type: none"> • Eigenmittel des Kreises • Eigenmittel der kreisangehörigen Kommunen • Externe Akteure, z.B. Verbraucherzentrale
Zeitplanung	langfristig
Einsparpotenziale	indirekt

Fairen Handel stärken		E4
Handlungsfeld	Ernährung und Lebensmittel	
Zielgruppe	Bürgerinnen und Bürger, Kreisverwaltung, Unternehmen	
Leitziel	Bekanntheit und Absatz von FairTrade-Produkten steigern	
Beschreibung	<p>Unsere Ernährungsentscheidungen haben auch globale Auswirkungen. So kann ein verstärkter Einkauf von Fairtrade-Produkten die Lebensbedingungen der Menschen in den Anbauländern verbessern. Es kann hier soziale Verantwortung übernommen werden, aber auch ökologische, da biologischer Anbau bei Fairtrade ebenfalls gefördert wird. Um den Absatz und die Bekanntheit von Fairtrade-Produkten zu stärken, kann die Kreisverwaltung sich als „Fairtrade-Kreis“ auszeichnen lassen und somit Mitglied einer weltweiten Kampagne werden. Dafür müssen verschiedene Kriterien erfüllt sein, u.a. muss eine Steuerungsgruppe aus den Bereichen Zivilgesellschaft, Politik und Wirtschaft gebildet werden. Diese koordiniert dann die Aktivitäten im Bereich Fairtrade im Kreis Paderborn. Hier müssen entsprechend Vorabgespräche mit möglichen und interessierten Mitgliedern geführt werden.</p>	
Handlungsschritte	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kreistagsbeschluss zur Unterstützung des fairen Handels 2. Lokale Akteure kontaktieren 3. Steuerungsgruppe „FairTrade“ bilden 4. Medienartikel zum Thema veröffentlichen 5. Auszeichnung beantragen 6. Öffentlichkeitsarbeit zum Thema 	
Akteure	<ul style="list-style-type: none"> • Kreis Paderborn • Kreisangehörige Kommunen • Aktive Akteure im Fairen Handel, z.B. Kirchengemeinden, Vereine, Unternehmen, Gastronomiebetriebe, Einzelhandel, NABU BNE Regionalzentrum, La Bohnita 	
Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten	<ul style="list-style-type: none"> • Eigenmittel des Kreises 	
Zeitplanung	kurzfristig	
Einsparpotenziale	indirekt	