

16. April 2012

LANDESHAUPTSTADT



Herrn  
Oberbürgermeister Dr. Müller

Der Magistrat

über  
Magistrat

Dezernat für Umwelt,  
Gesundheit, Verbraucherschutz  
und Kliniken

und

Herrn  
Stadtverordnetenvorsteher Nickel

Bürgermeister Arno Goßmann

an den Ausschuss für  
Umwelt, Energie und Sauberkeit

10 . April 2012

**Betreff**

Beschluss-Nr. 0026 vom 24.01.2012

Beschlusstext

Der Magistrat möge berichten:

1. Welche Erfahrungen wurden im letzten Jahr mit dem fleischfreien Donnerstag gemacht?
2. Wie viele Kitas und Schulen haben daran teilgenommen?
3. Wie viele Restaurants haben insgesamt daran teilgenommen?
4. Ist eine Wiederholung oder Wiederaufnahme der Kampagne angezeigt?
5. Wie hoch waren die für die Kampagne eingesetzten Mittel in 2011?
6. Gibt es Rückmeldungen aus den teilnehmenden Restaurants?
7. Warum ist das Wiesbadener Rathaus nicht mit gutem Beispiel vorangegangen und hat im Bistro an der Kampagne teilgenommen?

Berichtstext (des Dezernates)

**Antwort zu Beschluss Nr. 0026 des Ausschusses für Umwelt, Energie und Sauberkeit am 24.01.2012 zur Kampagne Fleischfreier Donnerstag**

Der „Fleischfreie Donnerstag“ war eine Kampagne des Umweltdezernates, die ab Frühjahr 2011 nicht mehr aktiv weiterbetrieben wurde. Lediglich bereits vorbereitete Maßnahmen wurden noch abgewickelt: Verteilung der restlichen Flyer und Plakate, Einstellung fleischfreier Rezepte im Internet.

**1. Welche Erfahrungen wurden im letzten Jahr mit dem fleischfreien Donnerstag gemacht?**

Bei der Auftaktveranstaltung im Januar 2011 auf dem Wiesbadener Markt, mit Informationen, fleischfreien Gerichten und Rezepten war die Resonanz durchweg positiv.

Die Anschreiben an Kitas, Schulen und Gaststätten mit der Anfrage zur Teilnahme an der Kampagne, brachte unterschiedliche Ergebnisse (siehe Punkte 2 + 3). Teilweise war die Resonanz positiv, zum Teil eher zurückhaltend.

**Umweltladen:**

In Kooperation mit dem Umweltamt fand die gut besuchte Ausstellung „Klimadinner“ im Umweltladen statt.

Die in diesem Zusammenhang mit den Hofköchen, Lumen und Treibhaus durchgeführte Kochveranstaltung „Das perfekte Klimadinner“ war sehr gut besucht. Ebenso die „Lernwerkstatt – Klimagourmet“ für Schülerinnen und Schüler.

Die Berichterstattung in der Tagespresse zur Kampagne „Fleischfreier Donnerstag“ war positiv. Ebenso positive Rückmeldungen erfolgten durch Leserbriefe, E-Mails und Anrufe von Bürgern.

Die begonnenen Kooperationsgespräche mit weiteren Partnern (Volkshochschule, Zeitschrift „Köstlich Vegetarisch“, Bistro im Bio-Laden u. a.) wurde ebenfalls nicht weitergeführt.

Unter [www.wiesbaden.de/fleischfreierDonnerstag](http://www.wiesbaden.de/fleischfreierDonnerstag) wurden alle Informationen zur Kampagne eingestellt. Im ganzen Jahr 2011 wurde wöchentlich ein der Jahreszeit entsprechendes, fleischfreies Rezept eingestellt, das sehr beliebt war und nach Beendigung im Januar 2012 von Bürgern nachgefragt wurde.

**2. Wie viele Kitas und Schulen haben daran teilgenommen?**

Kitas: Teilnahme 70%

Alle städtischen Kitas bieten grundsätzlich fleischfreien Mittagstisch an und haben ihre Teilnahme zugesagt. Vom Amt für Soziale Arbeit gibt es hierzu bereits ein Kochbuch für Kindertagesstätten, mit gesunden, fleischfreien Gerichten.

Die Rückmeldungen der außerstädtischen Kitas zeigen, dass diese bereits weitgehend fleischfreie Gerichte anbieten mit i. d. R. nur 1 – 2 Fleischtagen in der Woche.

Schulen: Teilnahme 40%

45 Schulen bieten einen Mittagstisch an. Davon haben

12 ihre Teilnahme und Behandlung des Themas im Unterricht zugesagt

9 begrüßen die Kampagne und bitten um Verhandlung mit dem Caterer (z. B. HSK, Sodexo, Johannesstift) auf den sie keinen Einfluss haben.

13 haben die Teilnahme abgesagt

11 haben keine Rückmeldung gegeben

Caterer:

Insgesamt wurden 7 Cateringservices angeschrieben, von denen HSK, Caritas und Anne's Natur Gourmet ihre Teilnahme an der Kampagne zugesagt haben.

**3. Wie viele Restaurants haben insgesamt daran teilgenommen?**

Von 760 angeschriebenen Gaststätten haben sich 11 zur Teilnahme an der Kampagne gemeldet.

Eine Übersicht aller Teilnehmer und Kooperationspartner ist beigefügt.

**4. Ist eine Wiederholung oder Wiederaufnahme der Kampagne angezeigt?**

Eine Weiterführung der Kampagne in der ursprünglich geplanten Form ist nicht beabsichtigt, da der Aufwand nicht im Verhältnis zum erzielten Erfolg steht. Insbesondere war bei einigen Zielgruppen wie z.B. in der Gastronomie die Resonanz sehr zurückhaltend. Allerdings ist das Anliegen der fleischlosen bzw. fleischarmen Ernährung sowohl aus Klima- wie auch aus Gesundheitsgesichtspunkten sinnvoll. Das Dezernat wird daher auch weiterhin in punktuellen Maßnahmen und Kampagnen auf das wünschenswerte Ziel einer fleischarmeren Ernährung hinweisen, allerdings nicht unter dem Motto „Fleischfreier Donnerstag“.

**5. Wie hoch waren die für die Kampagne eingesetzten Mittel in 2011?**

Insgesamt wurden 9.452,89 € für die Kampagne eingesetzt.

**6. Gibt es Rückmeldungen aus den teilnehmenden Restaurants?**

Es gab zwar positive Rückmeldungen aus den teilnehmenden Restaurants, allerdings war das Interesse der Gastronomie insgesamt gering.

**7. Warum ist das Wiesbadener Rathaus nicht mit gutem Beispiel vorangegangen und hat im Bistro an der Kampagne teilgenommen?**

Das Bistro am Rathaus wurde wie alle Gaststätten angeschrieben. Eine darüber hinausgehende Einflussnahme erfolgte nicht.

Mit freundlichen Grüßen

