

Bestuursdienst
Onderwerp Vermindering vleesconsumptie



Steller Wout Veldstra

De leden van de raad van de gemeente Groningen
te
GRONINGEN

Telefoon (050) 3678314 Bijlage(n) - Ons kenmerk RO13.3453907

Datum **13 MEI 2013** Uw brief van - Uw kenmerk -

Geachte heer, mevrouw,

De uitwerking van de door u vastgestelde moties 'Vleesloze dag' d.d. 30 juni 2010 en 'Meatfree Monday' d.d. 29 juni 2011 heeft helaas geruime tijd gevraagd. U vroeg ons in het kader van de duurzaamheid aandacht te schenken aan het feit, dat de vleesconsumptie een zeer grote rol speelt in de huidige mondiale crises op het gebied van zoet water, de honger in de wereld, het verdwijnen van de regenwouden en de afname van de biodiversiteit. U verzocht ons hieraan aandacht te besteden in de gemeentelijke voedselvisie en de invoering van een Groningse "Meatfree Monday" te overwegen en op deze wijze een bijdrage te leveren aan het tegengaan van de uitstoot van broeikasgassen.

Met de vaststelling van de voedselbeleidsvisie "Groningen groeit gezond" in uw vergadering in november 2012 zijn de uitgangspunten van het gemeentelijk voedselbeleid vastgelegd en is de beleidsmatige onderbouwing voor de uitvoering van de moties feitelijk geleverd. Er is inmiddels met de DIA en cateraar Sodexo overlegd over de mogelijkheden om de vleesconsumptie in onze eigen kantines te verminderen. Deze actie is opgenomen in het uitvoeringsprogramma bij de beleidsvisie, dat in februari door ons college is vastgesteld (zie bijlage 2). Wij willen echter voordat deze optie verder wordt uitgewerkt een aantal aspecten hiervan aan uw raad voorleggen.

Uit de resultaten van een enquête, die in Groningen is gehouden in het kader van de Hoofdstad van de Smaak 2011 werd duidelijk, dat een groeiend aantal consumenten bereid is tot enige vorm van vleesbeperking. Uit de landelijke cijfers is echter nog geen duidelijk afnemende trend in de vleesconsumptie waar te nemen.

In de Angelsaksische landen (Verenigde Staten, Groot-Brittannië, Australië) en sinds kort ook in Japan zijn "Meatfree Monday"- en "Meatless Monday"-campagnes sinds 2005 gevoerd op vrijwillige basis. De Amerikaanse campagnes zijn voornamelijk op scholen gericht en de activiteiten in Engeland richten zich vooral op de horeca. De activiteiten richten zich vooral op informatie over de gezondheidsaspecten van een verminderde vleesconsumptie en op praktische ondersteuning, zoals het aanbieden van vegetarische recepten. De omvang van de campagnes is beperkt; er is geen sprake van een brede beweging. De Partij voor de Dieren heeft enkele jaren geleden ook een oproep aan de Nederlandse horeca gericht om op maandag vleesvrij te gaan. Enkele grote restaurants hebben hier positief op gereageerd, maar er is geen sprake van een trend.

Uit enkele incidentele acties van ondermeer Milieudefensie in Nederland bleek dat er veel weerstand is tegen het onvrijwillig beperken van de vleesconsumptie, maar daarnaast is ook duidelijk dat acties op vrijwillige basis geen meetbaar resultaat opleveren. De gemeente Amsterdam heeft in 2009 een (vrijwillige) vleesloze maandag ingevoerd, maar deze is wegens gebrek aan resultaat inmiddels weer opgeheven.

Wij zijn ons ervan bewust, dat de vleesconsumptie in het Westerse voedingspatroon een ingrijpende invloed heeft op mens, milieu en omgeving en daarmee een aanzienlijk deel van de 'ecologische voetafdruk' van ons leefpatroon bepaalt. Het invoeren van een vleesloze (maan)dag in de kantines van de gemeente draagt echter maar in zeer geringe mate bij aan de rechtstreekse vermindering van deze negatieve effecten als gevolg van de vleesconsumptie van de stad of de provincie Groningen. Alleen de ecologische voetafdruk van de kantines zelf wordt met circa 30% verminderd.

Er zal wellicht sprake kunnen zijn van een bredere werking, wanneer er gerichte voorlichtingsactiviteiten aan worden verbonden. De gemeente treedt hierbij echter ook in de keuzevrijheid van de consument, die met name ten aanzien van voedsel zeer gevoelig ligt.

De uitvoering van de moties op een dergelijke manier zal uiteraard kosten met zich meebrengen, vooral met betrekking tot de communicatie en de publiciteit. Met name de publieksactiviteiten van een verbrede actie zullen een aanzienlijk budget vragen. Er is vrijwel geen nederlandsstalig voorlichtingsmateriaal beschikbaar. Gezien de complexiteit en de belangen is het effect van de publiekscampagne bovendien niet op korte termijn te verwachten. Het zal jaren duren eer zich significante, meetbare veranderingen in het consumentengedrag voordoen. Er zou dan ook een uitvoeringsplan moeten komen voor meerdere jaren (3-5 jaar). Op dit moment is er voor de capaciteit en kosten die voor een voorlichtingscampagne nodig zijn geen budget aanwezig in het programma.

Wij hebben de motie Vleesconsumptie uitgevoerd door hier aandacht aan te besteden in de voedselvisie en het programma, dat in februari door ons is vastgesteld. De motie Meatfree Monday voeren we na de hierboven genoemde afwegingen niet uit.

Met vriendelijke groet,
burgemeester en wethouders van Groningen,

de burgemeester,
dr. J.P. (Peter) Rehwinkel

de secretaris,
drs. M.A. (Maarten) Ruys

1b 

