



Umweltinitiative MUTTER ERDE: Jahres- und Finanzbericht 2016

MUTTER ERDE ist eine gemeinsame Initiative Österreichs führender Umwelt- und Naturschutzorganisationen und dem ORF. Das vorrangige Ziel von MUTTER ERDE ist, mehr Bewusstsein für Umweltthemen zu schaffen. Der Verein „Umweltinitiative Wir für die Welt“ mit Sitz in Wien ist Träger dieser Initiative.

Gründer und ordentliche Mitglieder des Vereins sind der ORF, Greenpeace, GLOBAL 2000 und der WWF. Jeder Gründer entsendet ein Mitglied in den Vorstand und ein Mitglied in den Expertenbeirat. Partner sind Alpenverein, BirdLife, Naturfreunde, Naturschutzbund und VCÖ. Jeder Partner entsendet ein Mitglied in den Expertenbeirat. Der Expertenbeirat ist das inhaltliche Fundament von MUTTER ERDE, er legt fest nach welchen Kriterien Projekte unterstützt werden und wählt die künftigen MUTTER ERDE Projekte aus.

Die Vorstandsmitglieder von MUTTER ERDE sind für Datenschutz, Spendenverwendung und Spendenwerbung zuständig:

Dr. Alexander Wrabetz, Vorstandsvorsitzender
Leonore Gewessler, Vorstandsvorsitzender-Stv
Mag. Alexander Egit, Finanzverantwortlicher
Andrea Johanides, Finanzverantwortlicher-Stv.

Aktivitäten 2016

2016 widmete sich die Initiative dem Jahresthema Lebensmittelverschwendung. Den trimedialen MUTTER ERDE-Themenschwerpunkt von 7. bis 16. April zu Lebensmittelverschwendung im ORF verfolgten insgesamt fast 4 Millionen Menschen über TV (weitester Seherkreis), das entspricht 54 Prozent der heimischen TV-Bevölkerung ab 12 Jahren. Die meistgesehene TV-Sendung: "Am Schauplatz"-Reportage "Zu viel des Guten“, erreichte 628.000 Menschen bei 22 Prozent Marktanteil, gefolgt von heute konkret mit 441.000 Menschen (28 Prozent Marktanteil am 8. April). Knapp 1,4 Mio. Aufrufe von Sendungen zu Lebensmittelverschwendung verzeichnete die ORF-TVthek. Ö3 nahm am Schwerpunkt mit seiner „Team Österreich Tafel“ teil und präsentierte diese als best practise-Beispiel gegen Lebensmittelverschwendung“ redaktionell und in Promo Trailern. Auch die übrigen ORF Radios, Internet und Teletext nahmen aktiv am Schwerpunkt teil.

Die Umwelt-und Naturschutzorganisationen erreichten in ihren Medien wie Mitgliederzeitungen, Websites, Newsletter und Social Media Kanälen über eine Million umweltinteressierte Menschen in ganz Österreich.

Gemeinsam mit United Against Waste hat MUTTER ERDE eine Marktforschung zu Lebensmittelverschwendung in der Ausser-Haus Verpflegung präsentiert. Greenpeace beteiligte sich mit einem Marktcheck der Supermärkte zu Lebensmittelverschwendung sowie mit einem Langzeit-Mindesthaltbarkeitsdatums (MHS) – Test. GLOBAL 2000 präsentierte in der Aktionswoche eine Studie zu Lebensmittelverlusten in der Landwirtschaft.

Die Kampagne „Essen Verschenden ist Mist“ wurde mit dem VIKTUALIA Sonderpreis 2016 des BmLFuW ausgezeichnet.

„Nachgefragt“ im Herbst

Rund um den Welternährungstag 2016 wurde im ORF das Thema Lebensmittelverschwendung in einer Reihe von redaktionellen Beiträgen noch einmal aufgegriffen. Höhepunkt war eine Sondersendung Zurück zur Natur Spezial am 16. Oktober, Beiträge zum Thema von 1. bis 22. Oktober.

Die Umweltorganisationen übergaben eine Petition, die im Rahmen der Schwerpunktwoche im April gestartet worden war, an den Umweltminister. Im Internet wurde eine „5-Tage Challenge“ gestartet mit dem Ziel, neue Newsletter-abonntInnen zu gewinnen.

Marktforschung zur Wahrnehmung in der Bevölkerung

Im Anschluss an den Schwerpunkt wurden österreichweit Menschen befragt wie sie den Schwerpunkt wahrgenommen haben (Stichprobe n=1.000, ab 14 Jahre):

- 88% haben Themenschwerpunkt wahrgenommen, davon 78% in ORF-Medien (ORF-Fernsehen: 60 %, ORF-Radio: 40 %). Darüber hinaus erinnern sich 44 % an Artikel zum Thema in Zeitungen/Zeitschriften, 36% an Inserate, 27 % wurden im sozialen Umfeld darauf aufmerksam gemacht.
- Als am stärksten beeindruckende Elemente werden spontan die Tonnen von weggeworfenen Lebensmitteln genannt.
- ORF-Berichte und Sendungen zur Initiative werden gut bewertet, 33% haben sie sehr gut gefallen, weitere 29% eher gut
- Der Themenschwerpunkt wird als wichtig, sinnvoll und zum Nachdenken anregend erachtet.
- 7 von 10 meinen sich in Zukunft (eher) verstärkt zu bemühen, Lebensmittelabfälle im Haushalt zu vermeiden.
- 58% wurden sehr bzw. eher dazu angeregt ihr Verhalten zu überdenken

Projekte

Mit den Einnahmen konnten auch Projekte umgesetzt bzw. begonnen werden:

Lagebericht „Lebensmittelabfälle und –verluste in Österreich“: In dieser vom Österreichischen Ökologieinstitut erstellten Studie wurden erstmals Gesamtzahlen zu Lebensmittelverschwendung in Österreich publiziert. Die Studie wurde von MUTTER ERDE gemeinsam mit dem WWF Österreich in Auftrag gegeben.

Projekt 2.0/Verein „feld“: Der Verein „feld – Nutzung vom Ungenutzten“ hat sich zum Ziel gesetzt, ungenutzte Ressourcen gemeinsam zu nutzen und zurück in den Kreislauf zu holen. Konkret arbeitet feld mit LandwirtInnen der Region und übernimmt Gemüse, das ansonsten nicht verkauft werden könnte. Aus „hässlichen Karotten“ und zu kleinen Kartoffeln wird gemeinsam Suppe gekocht und verkauft. MUTTER ERDE unterstützt den Verein dabei, auch junge Menschen ins Projekt zu integrieren indem mit Schulklassen gearbeitet wird. Ziel ist, den jungen Menschen den Wert der Lebensmittel zu vermitteln.

Im Rahmen des Projektes 2.0 werden Unterlagen beziehungsweise Exkursionen und Projektstunden für Kinder und Jugendliche ausgearbeitet und umgesetzt. Diese sollen den nachhaltigen und ressourcenschonenden Umgang mit regionalen sowie saisonalen Lebensmitteln fördern. Den wesentlichen Teil des Projektes stellen die praktischen Exkursionen und Projektstunden dar, die vorerst in Tirol umgesetzt werden. Unterstützend werden Unterlagen erstellt, die sowohl bei der Umsetzung direkt am Feld, in der Küche oder in der Schulklasse eingesetzt werden, als auch für andere Initiativen und PädagogInnen zur Verfügung stehen.

Langzeittest Mindesthaltbarkeitsdatum/Greenpeace: Die Umweltschutzorganisation Greenpeace hat acht Lebensmittel – und zwar Käse, Eier, Salami, Joghurt, Sojajoghurt, Tofu, veganen Brotaufstrich und verpackten Kuchen – beim Labor der Lebensmittelversuchsanstalt (LVA) auf ihre Haltbarkeit testen lassen. Dafür wurden die Lebensmittel unter den auf der Verpackung empfohlenen Bedingungen gelagert (je nach Produkt bei Raumtemperatur oder gekühlt bei 7-10°C). Zwei Wochen nach dem Mindesthaltbarkeitsdatum (MHD) wurden die Proben zum ersten Mal mikrobiologisch und sensorisch (Aussehen, Geruch und Geschmack) untersucht. Weitere Tests folgten im zweiwöchigen Rhythmus. Am Tag 84 sind Joghurt, Sojajoghurt und Tofu noch einwandfrei. Alle Produkte mit Ausnahme des Aufstrichs waren deutlich über das MHD haltbar.

Ziel des Projektes war zu zeigen, dass die MHD-Angaben nichts mit dem tatsächlichen Verderben von Lebensmitteln zu tun haben.

Unsere Unterstützer

MUTTER ERDE wurde 2016 von Tchibo, Kronen Zeitung und der Easybank unterstützt. MUTTER ERDE dankt allen Partnern! Für die Initiative kann über das Spendenkonto bei der easybank gespendet werden: IBAN: AT86 1420 0200 1200 0007. MUTTER ERDE ist Trägerin des Spendengütesiegels, alle Spenden sind steuerlich absetzbar.

Finanzreport 2016

Mittelherkunft		
I Spenden		22.436,77
a. gewidmete	0,00	
b. ungewidmete	22.436,77	
II Mitgliedsbeiträge		0,00
III. betriebliche Einnahmen		154.085,46
a) aus öffentlichen Mitteln	0,00	
b) sonstige	154.085,46	
IV. Subventionen und Zuschüsse der öffentlichen Hand		0,00
V. sonstige Einnahmen		00,00
a) Vermögensverwaltung	0,00	
b) sonstige sofern nicht in I-IV enthalten	00,00	
VI. Auflösung von Passivposten für noch nicht widmungsgemäß verwendete Spenden und Subventionen		0,00
VII. Auflösung von Rücklagen		0,00
VII. Jahresverlust		0,00
		<hr/>
		176.522,23

Mittelverwendung

I. Leistungen für statutarisch festgelegte Zwecke		82.360,42
II. Spendenwerbung		2.167,51
III. Verwaltungsausgaben		12.168,27
IV Sonstige Ausgaben sofern nicht unter I-IV enthalten		
V. Zuführung zu Passivposten für noch nicht widmungsgemäß verwendete Spenden		
VI. Zuführung zu Rücklagen		70.000,00
VII. Jahresüberschuss		9.826,03
		<hr/>
		176.522,23