



NAHhaft
natürlich nachhaltig

Gefördert durch:



Diese Maßnahme wird mitfinanziert
durch Steuermittel auf Grundlage
des vom Sächsischen Landtag
beschlossenen Haushaltes

Marktstudie zum Ein- satz von Öko- und Regionalprodukten in Einrichtungen der Außer-Haus-Verpfle- gung in Sachsen

Joachim Lenz, Claudia Neumann,
Lene Frohnert, Urte Grauwinkel
30.4.2020

Inhalt

Abbildungsverzeichnis.....	2
Tabellenverzeichnis.....	2
Zusammenfassung.....	3
Hintergrund	5
Ziel	6
Methodisches Vorgehen.....	6
Recherche von Akteuren der Gemeinschafts-Außer-Haus-Verpflegung in Sachsen	7
Erfassung relevanter Lieferanten:.....	7
Erfassung von Küchen / Caterern in Sachsen	7
Erstellung von Fragebögen und Durchführung der Befragungen.....	8
Befragung der Lieferanten.....	8
Befragung der Küchen und Caterer.....	8
Ergebnisse der Befragungen (Küchen und Lieferanten)	9
Ergebnisse der Lieferantenbefragung	9
Vermarktungsstruktur	9
Angebot an regionaler Bio-Ware	10
Hemmnisse für einen weiteren Ausbau des Bioangebotes bei Lieferanten.....	11
Ergebnisse der Küchen- / Caterer Befragung.....	11
Betriebsstruktur der befragten Küchen / Caterer.....	11
Verwendung von regionalen Bio-Produkten.....	15
Lieferantenauswahl	21
Aktivitäten hinsichtlich Nachhaltigkeit	22
Anregungen der befragten Küchen / Caterer für einen stärkeren Einsatz von Bio-Produkten in der AHV.....	24
Handlungsempfehlungen.....	28
Beispielhafte Konzepte zur Förderung des Einsatzes regionaler Bio-Produkte in der AHV...33	
National	33
International.....	35
Fazit	36
Literaturverzeichnis	39
Anhang.....	41
Verwendeter Online-Fragebogen zur Befragung sächsischer Küchen und Caterer im Rahmen der vorliegenden Studie.....	41
Angaben zu fünf bio-zertifizierten Küchen.....	47

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Vermarktungsstruktur der befragten Lieferanten	9
Abbildung 2: Bio-Sortiment der befragten Lieferanten	10
Abbildung 3: Verarbeitung in Sachsen.....	10
Abbildung 4: Betriebsbereich der Küchen und Caterer	12
Abbildung 5: Anzahl ausgegebener Portionen pro Tag.....	13
Abbildung 6: Verpflegungssystem	13
Abbildung 7: Verpflegungsoptionen	14
Abbildung 8: Schlagwortwolke: Was zeichnet Ihre Küche besonders aus?.....	14
Abbildung 9: Verwendung von Bio-Produkten	16
Abbildung 10: Jahr der Einführung von Bio-Lebensmittel im Unternehmen	17
Abbildung 11: Gründe für den Einsatz von Bio-Lebensmitteln	18
Abbildung 12: Einflusskriterien der Lebensmittelauswahl	19
Abbildung 13: Qualität und Herkunft der verwendeten Lebensmittelgruppen.....	20
Abbildung 14: Kriterien bei der Lieferantenauswahl.....	21
Abbildung 15: Bezugsort der verwendeten Lebensmittel	22
Abbildung 16: Aktivitäten der befragten Unternehmen hinsichtlich Nachhaltigkeit	23
Abbildung 17: Wünsche zur Erreichung von Nachhaltigkeitszielen	24
Abbildung 18: Hemmnisse beim Einsatz von Bio-Lebensmitteln.....	25
Abbildung 19: Erforderliche Maßnahmen um den Einsatz von Bio-Produkten in der AHV zu erhöhen.....	27

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Prozentualer Anteil von jährlich eingesetzten Bio-Produkten	16
--	----



Zusammenfassung

Im Rahmen der durch das Sächsische Ministerium für Energie, Klimaschutz, Umwelt und Landwirtschaft (SMEKUL) geförderten und hier vorliegenden Arbeit wurden vorhandene Strategien, Programme und Studien zur Verfügbarkeit und dem Einsatz regionaler Biolebensmittel in der gemeinschaftlichen Außer-Haus-Verpflegung (AHV) analysiert und eine Befragung sächsischer Lieferanten und Küchen / Caterer durchgeführt.

Aus der Befragung der Küchen geht unter anderem hervor, dass das Mittagessen die am häufigsten genannte Verpflegungsoption ist, aber Frühstück und Zwischenmahlzeiten auch in erheblichem Umfang eine Rolle in der Außer-Haus-Verpflegung spielen. Hier können insbesondere Frischprodukte (Obst & Gemüse) von regionalen Direktvermarktern verwendet werden.

Verhältnismäßig gut verfügbare Bio-Lebensmittel im Außer-Haus-Markt in Sachsen scheinen Obst, Gemüse, Backwaren und Kartoffeln zu sein. Brot- und Backwaren werden zu einem großen Teil (auch konventionell) aus der Region bezogen. Um die Nachfrage auch für andere Produktgruppen zu steigern, könnte ein Schnittstellenmanagement, das regionale Anbieter mit Küchen verknüpft, hilfreich sein.

Auch zeigt sich in der Befragung deutlich, dass insbesondere die Kinder- und Schulverpflegung sowie Betriebskantinen dem Thema Bio aufgeschlossen gegenüberstehen.

Um die Akzeptanz der Kunden für regionale Bio-Produkte zu erhöhen, sollten Bildungs- und Informationskampagnen mit Beratungsangeboten der Küchen verknüpft werden.

Eine Bio-Zertifizierung streben nicht viele der befragten Betriebe in Zukunft an, was sicherlich mit dem zusätzlichen Aufwand und Kosten zu tun hat.

Beim Vergleich der Befragungen in Sachsen mit der Analyse vorliegender Studien und Projekte, lassen sich eine Reihe von Übereinstimmungen bei den genannten Hindernissen und Handlungsempfehlungen für den vermehrten Einsatz von Bio-Lebensmitteln in der AHV feststellen.

Die dabei gefundenen Hemmnisse sowie Vorschläge und Lösungsansätze für einen stärkeren Absatz regionaler Bio-Produkte in der sächsischen AHV können in vier Handlungsfelder für zukünftige Aktivitäten kategorisiert werden:

- **Kommunikation / Aufklärung / Bildung**

Sinnvoll scheint eine beharrliche Aufklärungsarbeit zu regional erzeugten Bioprodukten. Dies kann allgemein an alle Bürger gerichtet geschehen, sollte aber für die AHV zielgerichtet und vernetzt mit den Küchen / Caterern als auch deren Kunden (Schüler, Bedienstete, Arbeitnehmer, Lehrer) sowie deren Auftraggeber (Stadtelternrat, Schulnetzungsstellen, Verwaltung, Unternehmer) erfolgen. Insbesondere die Vermittlung des sozial-ökologischen Mehrwerts regionaler Bio-Produkte sollte stärker thematisiert werden, um auf eine höhere Akzeptanz (z.B. bei höheren Preisen) beim Kunden hinzuwirken. Vor allem, wenn auf staatliche Subventionierung der Verpflegungskosten verzichtet werden soll, ist es notwendig, in Aufklärung und Bildung zu investieren, damit das Interesse an regionalen Bioprodukten sich auch im realen Kaufverhalten niederschlägt.

- **Stärkung der Lieferketten – Verarbeitung / Logistik**

Hier wird immer wieder auf ein fehlendes Angebot in passender Qualität, Verpackungsgröße und / oder (Vor-)Verarbeitungsgrad (durch Küchen / Caterer) hingewiesen, respektive fehlende Absatzwege, Verarbeitungs- und Logistikstrukturen (von Seiten der Erzeuger). Es bestehen also Lücken in der Lieferkette, mangelnde Kenntnis über Erzeuger, Lieferanten oder zu wenig Kooperation zur Bündelung und Abwicklung von Aufträgen. Koordinierungsstellen für bio-regionale Wertschöpfungsketten und die Förderung tragfähiger Geschäftsmodelle können hier helfen. Beispiele wie die Dachmarke „Unser Land“ für die Region München stellen dies unter Beweis. Dies im Rahmen einer Öko-Modellregion (wie z.B. in Bayern) anzusiedeln, bringt größere Sichtbarkeit und Akzeptanz, auch bei den Konsumenten.

Aus aktuellem Anlass (die Fertigstellung der Marktstudie erfolgt zur Hochzeit der sogenannten Corona Pandemie) soll an dieser Stelle auch auf die Wichtigkeit resilienter Lieferketten hingewiesen werden. Regionale, verlässliche und transparente Lieferketten können dazu einen wichtigen Beitrag leisten und gleichzeitig sozio-ökonomische Wertschöpfung bewirken.

- **Beratung**

Küchen / Caterer haben oft nicht die Zeit und Ressourcen ihre betrieblichen Abläufe zu analysieren und bestehende Systeme zu verändern. Kompetente Beratung von Seiten Dritter, die individuell angepasste Konzepte zu nachhaltigen Kochsystemen, Speiseplangestaltung, Abfallvermeidung, etc. entwickeln und mit Mitarbeiterschulungen und Coaching über eine gewisse Zeit begleiten, scheint ein vielversprechender Ansatz zu sein und wurde auch schon erfolgreich umgesetzt (z.B. Modell Kopenhagen).

- **Rahmenbedingungen / Förderinstrumente**

Europäische, deutsche und sächsische Gesetzgebung und Verwaltungsvorschriften wie auch Förderinstrumente spielen eine bedeutsame Rolle auch in der AHV. Exemplarisch sei hier das deutsche Ökolandbaugesetz zur Umsetzung der europäischen Bio-Richtlinie genannt. Der Aufwand und die Kosten für das derzeit notwendige Öko-Kontrollverfahren wird oftmals gescheut, teilweise werden bereits Bioprodukte eingesetzt ohne dass dies beworben werden kann / darf. Damit wird eine bessere Sichtbarkeit und aktive Bewerbung regionaler Bioprodukte verhindert und ein großer Hebel zur Absatzsteigerung regionaler Bioprodukte nicht genutzt. Eine Überprüfung dieses Gesetzes erfolgt derzeit und wird in Bund-Länder-Gesprächen diskutiert. Ein sächsischer Kontrollkostenzuschuss für eine „Umstellungszeit“ könnte ein zusätzlicher Anreiz für die Küchen / Caterer sein (Nudging).

Im Koalitionsvertrag der sächsischen Landesregierung sind verschiedene Maßnahmen und Programme formuliert worden.

Zu deren Umsetzung wurden innerhalb des Sächsischen Ministeriums für Energie, Klimaschutz, Umwelt und Landwirtschaft (SMEKUL) ein neues Referat (Ref. 32) für „Wertschöpfungsketten und Ökolandbau“ geschaffen und es soll ein Kompetenzzentrum für nachhaltige Formen der Landwirtschaft an der Landesanstalt für Umwelt, Landwirtschaft und Geologie (LfULG) eingerichtet werden. Damit werden bessere Voraussetzungen geschaffen, um auch etwas für den Absatz von (Bio-)Regionalen Lebensmitteln in der AHV zu tun. In Abstimmung mit anderen Ressorts können so Programme und Strategien entwickelt und umgesetzt werden, wie es schon in anderen Bundesländern der Fall ist.

Eine sächsische Ernährungsstrategie in Abstimmung mit Akteuren der Zivilgesellschaft und den Kommunen (Bio-Stadt Leipzig, Ernährungsräte Leipzig und Dresden, Vereine und Verbände) kann hier einen wichtigen und hilfreichen Beitrag leisten. Diese Strategie sollte in allen Aktivitäten der hier genannten 4 Handlungsfelder Berücksichtigung finden.

Das sächsische Vergaberecht soll nach Nachhaltigkeitskriterien überarbeitet werden. Dies sollte auch in Hinblick auf Ausschreibungskriterien für die AHV geschehen, um staatlichen Beschaffungsstellen und Kommunen einen zukunftsfähigen Rahmen zu geben.

Wirtschaftsförderungsprogramme für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) sowie die Start-Up Szene sollten auf Kohärenz zu Nachhaltigkeitszielen und bio-regionalen Wertschöpfungsketten überprüft und ggfs. angepasst werden.

Hintergrund

Die Agenda 2030 schafft die Grundlage dafür, weltweiten wirtschaftlichen Fortschritt im Einklang mit sozialer Gerechtigkeit und im Rahmen der ökologischen Grenzen der Erde zu gestalten. Das Kernstück der Agenda bildet ein ehrgeiziger Katalog mit 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs). Die 17 SDGs berücksichtigen erstmals alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit – Soziales, Umwelt, Wirtschaft – gleichermaßen. Die Agenda 2030 gilt für alle Staaten dieser Welt. Entwicklungsländer, Schwellenländer und Industriestaaten: **Alle müssen ihren Beitrag leisten.**

Dies schlägt sich in **Nachhaltigkeitsstrategien** auf Bundes-, Landes- und kommunaler Ebene nieder, wie auch der Gründung von zivilgesellschaftlichen Initiativen (In Sachsen z.B. „Ernährungsräte“ mit Präsenzen in Dresden und Leipzig). Dies zeugt von einem wachsenden Interesse in der Bevölkerung am Thema Ernährung sowie Herkunft und Qualität der Lebensmittel (AMI 2018). Das Thema Nachhaltigkeit gewinnt auch in der Außer-Haus-Verpflegung (AHV) eine wachsende Bedeutung (A`verdis 2015).

Auf Bundesebene steht u.a. die **Zukunftsstrategie Ökologischer Landbau** des BMEL (2019) für die Förderung des ökologischen Landbaus. Politisches Ziel ist der mittelfristig zu erreichende Anteil von 20 % ökologisch bewirtschafteter Landwirtschaftsfläche in Deutschland. In Sachsen liegt der Flächenanteil derzeit erst bei 6,4% (SMUL 2018).

Im Handlungsfeld 3 „Nachfragepotenziale voll ausnutzen und weiter ausbauen“ verweist die Zukunftsstrategie auf das große Potential im Bereich der Außer-Haus-Verpflegung. Der Gesamtumsatz des AHV-Marktes (einschließlich der Gemeinschaftsverpflegung in öffentlichen Einrichtungen) liegt laut Expertenschätzung bei rund 70 Milliarden Euro. Von den 225.000 gastronomischen Betrieben in Deutschland setzen schätzungsweise nur 2–3% regelmäßig Bio-Lebensmittel ein (NRW 2015). Die bundesdeutsche Zukunftsstrategie Ökologischer Landbau sieht einen mittelfristigen Wareneinsatz von mindestens 20% Bio Lebensmitteln in der Außer-Haus-Verpflegung vor. Zusätzlich gibt es Konzepte zur Einführung von Bio-Lebensmitteln im

Netzwerk deutscher Bio-Städte. In Sachsen ist die Stadt Leipzig Teil dieses Netzwerks. Beispiele international sind das „House of Food Kopenhagen“ und Paris. Der Berliner Senat hat diesem Beispiel folgend das Projekt „Kantine Zukunft“ lanciert.

Im **Koalitionsvertrag** 2019 – 2024 der sächsischen Landesregierung wurde vereinbart, regionale Wirtschaftskreisläufe zu stärken:

So wird im **Kapitel Wirtschaft** (S. 26 ff) zugesagt, „**Regionales Wachstum**“ zu fördern und insbesondere „**Innovationsaktivitäten kleiner Unternehmen**“ wie die Digitalisierung der Geschäftsprozesse aktiv zu begleiten. Das neue Gesetz zum **Vergaberecht** soll das Prinzip der Nachhaltigkeit enthalten und ein Handlungsleitfaden für Kommunen zur Umsetzung entwickelt werden. Ein „**Start-up-Ökosystem**“ (S. 30) als Bottom-Up-Ansatz soll unterstützt werden, damit die Kommunen die Förderung der Gemeinschaftsaufgabe „**Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur**“ effektiver nutzen können. Auch sollen Existenzgründer aktiv und gezielt mit Coaching, Beratung und Netzwerken gestärkt werden.

Im **Kapitel Landwirtschaft** (S. 88 ff) wird eine Stärkung der **sächsischen Wertschöpfungsketten** der Land- und Ernährungswirtschaft prominent genannt. Ab 2021 sollen ein **Förderbaustein** für den Marktzugang regionaler Produzenten und eine Strategie für den vermehrten Einsatz regionaler (Bio-) Produkte in der **Gemeinschaftsverpflegung** entwickelt werden sowie ein **Kompetenzzentrum** „Nachhaltige Landwirtschaft“ am LfULG entstehen.

Ziel

Derzeit liegen für Sachsen keine verlässlichen Daten zum Einsatz von Öko- und Regionalprodukten in der Außer-Haus-Verpflegung (AHV) vor. Es ist jedoch davon auszugehen, dass der Anteil bisher gering ist. Weiterhin gehen sowohl das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) als auch das Sächsische Staatsministerium für Energie, Klimaschutz, Umwelt und Landwirtschaft (SMEKUL) davon aus, dass die AHV ein wichtiger Bereich zur Stärkung des Absatzes von Öko- und Regionalprodukten sein kann.

Ziel dieser Marktstudie ist es, den Ist-Zustand des Einsatzes von regionalen Bio-Produkten in der sächsischen Gemeinschaftsverpflegung zu ermitteln und Hindernisse und Flaschenhälse zu identifizieren. Ebenso sollen Ansatzpunkte und Handlungsempfehlungen für eine Steigerung des Anteils ökologischer Erzeugnisse aus Sachsen in Einrichtungen der Außer-Haus-Verpflegung (AHV) erarbeitet werden.

Damit soll die Marktstudie einen Beitrag zur Vorbereitung und Durchführung weiterer Maßnahmen zur Absatzförderung von sächsischen Bio-Produkten in der AHV in Sachsen leisten, damit zukünftig regionale Akteure der Wertschöpfungsketten gestärkt, sowie der Absatz regionaler Bio-Lebensmittel erhöht wird.

Methodisches Vorgehen

Der Bereich der Außer-Haus-Verpflegung differenziert sich in die beiden Bereiche Individualverpflegung (für Einzelpersonen individuell zubereitete Speisen, u.a. in Restaurants, Hotels) und Gemeinschaftsverpflegung (Speisen für definierte Personengruppen in bestimmten Le-

benssituationen, wie in Krankenhäusern, Schulen / Kitas, Kantinen). Der Fokus der vorliegenden Studie liegt bei der Gemeinschaftsverpflegung, da hier die größere Hebelwirkung und ein günstigeres Aufwand-Nutzen-Verhältnis zur Zielerreichung gesehen wird.

Dazu wurden in einem ersten Schritt Akteure in der AHV in Sachsen ermittelt. Die Studie beschränkt sich dabei auf Küchen im Bereich der Gemeinschafts-AHV, Caterer, sowie Lieferanten. Die Verbraucher und Konsumenten wurden in dieser Studie nicht berücksichtigt.

Im Rahmen von Interviews und Onlinebefragungen wurde versucht, die Ist-Situation, Flaschenhälse und Hindernisse, aber auch Lösungsansätze für einen erhöhten Einsatz von regionalen Bio-Lebensmitteln in der AHV in Sachsen zu ermitteln.

Weiterhin wurde zu Projekten und Rahmenbedingungen in Deutschland und anderen europäischen Staaten zum Thema Bio in der AHV recherchiert, um weitere Handlungsempfehlungen für die Wertschöpfungskettenakteure zusammen zu tragen.

Recherche von Akteuren der Gemeinschafts-Außer-Haus-Verpflegung in Sachsen

Erfassung relevanter Lieferanten:

Ein Baustein bei der Erarbeitung der Studie war die Befragung von Lieferanten. Dazu wurde zunächst ein Mapping durchgeführt, bei dem 72 relevante Betriebe erfasst wurden. Darunter waren:

- **4 Naturkostgroßhändler:** eine Erzeugergemeinschaft in Sachsen und drei Großhändler außerhalb Sachsens (aufgrund des noch zu kleinen Marktvolumens wird die Nachfrage derzeit überwiegend von Großhändlern außerhalb Sachsens bedient)
- **8 Verarbeiter:** drei Bäckereien, eine Mühle, ein Brotaufstrich-Hersteller, eine Ölmühle, ein Anbieter von Frühstückscerealien
- **14 konventionelle Großhändler** und **Verarbeiter** mit Bioangebot
- **54 Öko-Direktvermarkter:** u.a. 5 Hofbäckereien, 3 Hofmolkereien, 3 Hoffleischereien
- **11 Betriebe außerhalb Sachsens,** mit Schwerpunkt in angrenzenden Bundesländern

Für die Beantwortung der Fragen wurden Lieferanten ausgewählt, die im Portfolio eine Belieferung in Sachsen, u.a. der Gemeinschaftsverpflegung bewerben oder Direktvermarkter, die eng mit dem Großhandel zusammenarbeiten.

Erfassung von Küchen / Caterern in Sachsen

Neben der Erfassung relevanter Lieferanten mit Bio-Angebot für die AHV in Sachsen wurden in einem weiteren Schritt relevante Akteure im Bereich der Küchen und Caterer für die Außer-Haus-Verpflegung in Sachsen ermittelt. Dazu wurde eine Unterteilung in folgende Bereiche vorgenommen:

- Kinder- und Schulverpflegung (Kindergarten, Schule, Schullandheim, Jugendherberge)
- Care- Bereich (Altenheime, Pflegeheime, Kurkliniken, Krankenhäuser, Essen auf Rädern etc.)
- Studierendenwerke
- Bundeswehr
- Betriebskantinen (Unternehmen, staatliche Einrichtung etc.)
- Justizeinrichtungen
- Sonstiges

Es wurden sowohl kleine Küchen wie auch große Cateringunternehmen und Servicegesellschaften erfasst, die mehrere Bereiche abdecken. Das Mapping erfasste über 650 Akteure (einschließlich Träger und Servicegesellschaften). Damit ist die Akteurs-Landschaft jedoch nicht vollständig abgedeckt, weshalb auch an dieser Stelle keine vollständige Repräsentativität gewährleistet werden kann.

Erstellung von Fragebögen und Durchführung der Befragungen

Befragung der Lieferanten

Die Kontaktaufnahme der Lieferanten erfolgte über persönlichen Kontakt während Fachmessen im Erhebungszeitraum, so auf der ISS GUT-Messe im November 2019 in Leipzig, dem Fachforum Regionalität in Sachsen, der Schulverpflegungskonferenz 2019, dem Mitteldeutschen Biobrantentreff in Magdeburg, der Biofachmesse 2020 in Nürnberg und durch telefonische Nachfrage.

Schwerpunkt der Befragungen waren u.a. die Vermarktungsstruktur, Angebot an regionaler Bio-Ware sowie Hemmnisse, das Bioangebot weiter auszubauen.

Neben der Befragung wurde zusätzlich das Angebot der Betriebe im Internet recherchiert, um die Angaben zu vervollständigen.

Befragung der Küchen und Caterer

Um die Ergebnisse anonym auswerten und einheitlich skalierbar und quantifizierbar machen zu können, wurde sich im Bereich der Küchen und Caterer für die Methode des Online- Fragebogens entschieden. Dies hat den Vorteil, dass Zeitressourcen effizienter genutzt werden und für die Befragten der Aufwand geringgehalten wird. Auch soll dadurch die Hemmschwelle, an der Befragung teilzunehmen, herabgesetzt werden. Für die Online – Befragung wurde das Onlinebefragungs-Tool Sosci Survey verwendet. Der Fragebogen wurde per Mail mit Datenbogen im Anhang und Link zur Onlineumfrage an die im Vorfeld recherchierten 650 Akteure (vgl. Kapitel Erfassung von Küchen / Caterern in Sachsen, S. 7) versendet. Eine telefonische Kontaktaufnahme mit Bitte um Ausfüllung des Fragebogens erfolgte zusätzlich bei ca. 200 Akteuren (auch Trägern und Servicegesellschaften) um die Zahl der Rückläufer zu erhöhen.

Die Befragung der Küchen und Caterer erfolgte zwischen November 2019 und Januar 2020. Themenschwerpunkte der Befragungen waren:

- Betriebsform und Zielgruppe der Kunden
- Verpflegungssystem
- Einsatz von Bio-Lebensmitteln / Rohwarenbezug
- Hemmnisse und Handlungsempfehlungen für einen (steigenden) Einsatz bio-regionaler Waren

Der vollständige Fragebogen befindet sich im Anhang.

Folgende Kriterien wurden bei der Datenbereinigung zugrunde gelegt:

- Fragebogen weniger als 50% ausgefüllt
- doppelter Datensatz
- Test-Fälle
- unter 100 Sekunden Verweildauer

Ergebnisse der Befragungen (Küchen und Lieferanten)

Von den 72 erfassten Lieferanten nahmen 39 Lieferanten an einer Befragung im Rahmen der Marktstudie teil. Bei den Küchen und Caterern ergab sich ein Rücklauf von ca. 10 Prozent. 68 Onlinefragebögen von Küchen und Caterern konnten ausgewertet werden und stellen die Grundlage für das nachfolgende Kapitel.

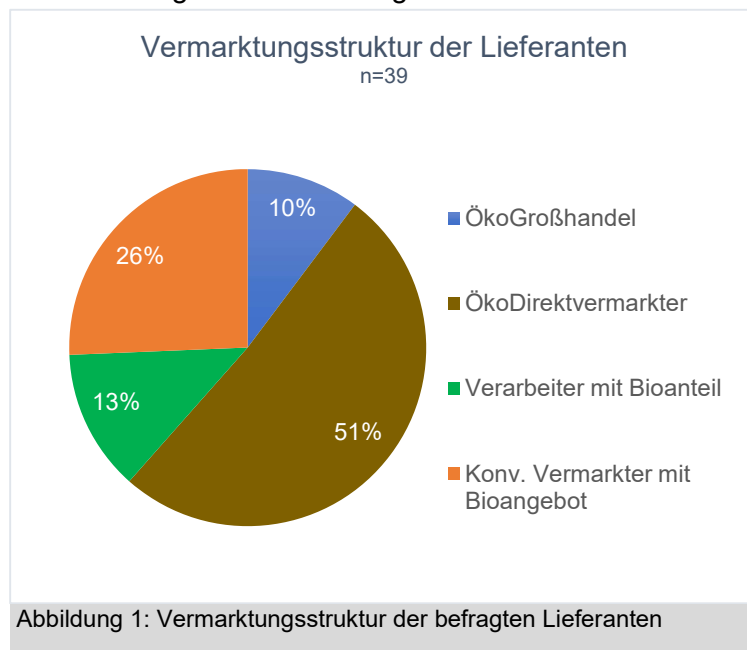
Bei der Auswertung der Befragungen muss folgendes beachtet werden: Aufgrund der geringen Stichprobengröße von Küchen / Cateringunternehmen (n=68) und Lieferanten (n= 39) sind die erfassten Daten nicht repräsentativ für das Land Sachsen, sondern sollen vielmehr einen Trend darstellen, um daraus entsprechende Handlungsempfehlungen ableiten zu können. Es kann davon ausgegangen werden, dass Unternehmen und deren Mitarbeiter mit einer gewissen Affinität und positiver Grundeinstellung dem Thema „Regionale Bioprodukte“ gegenüber den Fragebogen bereitwilliger ausfüllten. Nichtsdestotrotz kann aufgrund der für Online-Befragungen üblichen Rücklaufquote von 10% davon ausgegangen werden, dass die Ergebnisse tatsächliche Einschätzungen und Trends widerspiegeln.

Ergebnisse der Lieferantenbefragung

Vermarktungsstruktur

Die Vermarktungsstruktur der befragten Lieferanten zeigt sich in Abbildung 1. Zu den 20 befragten Öko-Direktvermarktern zählen Gärtnereien, Obsthöfe, Hoffleischereien, Hofmolkeereien, Hofbäckereien.

Von den insgesamt 39 befragten Lieferanten haben 31 ihren Firmensitz in Sachsen, 8 der



Befragten sind in angrenzenden Bundesländern ansässig, beliefern aber sächsische Küchen und Caterer. So arbeiten Naturkosthändler auch in anderen Bundesländern zum Teil sehr eng mit sächsischen Bio-Betrieben zusammen und sind Auslieferer und Distributor sächsischer Ware in die AHV. Von den 39 Befragten liefern 34 direkt an die Außer-Haus-Verpflegung. Einzelne Direktvermarkter sind dagegen nur an den Großhandel angeschlossen. Andere Direktvermarkter sind klar auf den Lebensmitteleinzelhandel in Sachsen konzentriert.

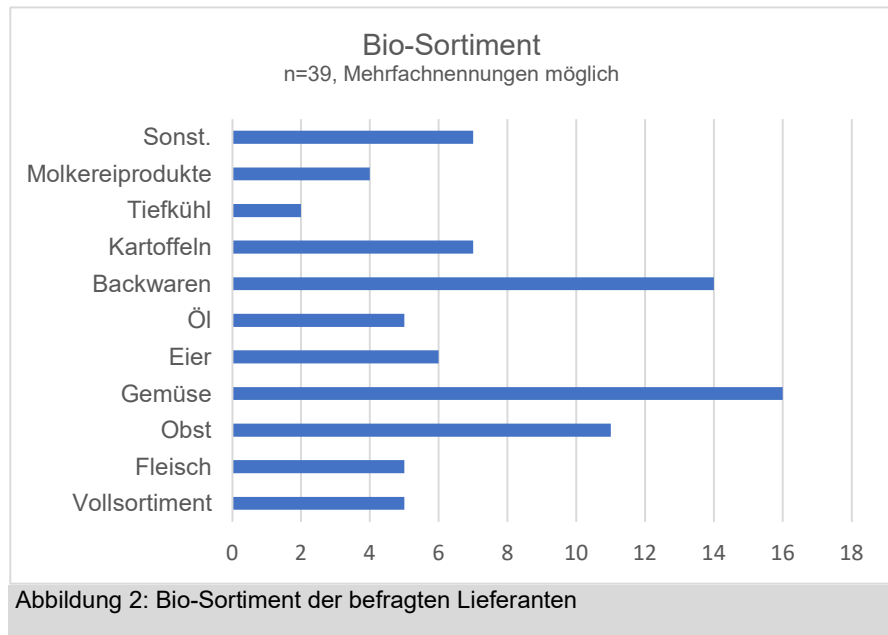
Ein Großteil der Lieferanten (n=26; meist Direktvermarkter) beliefern eine kleine Anzahl an Küchen. Meist sind dies nur 1 bis 10 Küchen mit kleiner Betriebsgröße, z.B. Kindergärten. Einige wenige beliefern, wie oben beschrieben, die Küchen nur indirekt über den Großhandel. Da die Direktvermarkter verschiedene Vertriebswege haben, ist die Belieferung der AHV somit nur ein kleines Standbein.

Zwei der befragten Landwirtschaftsbetriebe mit Direktvermarktung beliefern sowohl Großhändler, den Lebensmitteleinzelhandel als auch die AHV.

Elf Betriebe beliefern mehr als 100 Küchen und sind auf diese Belieferung im Angebot spezialisiert, jedoch konnte im Rahmen der Interviews von Seiten der Interviewpartner nicht zwischen Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung unterschieden werden.

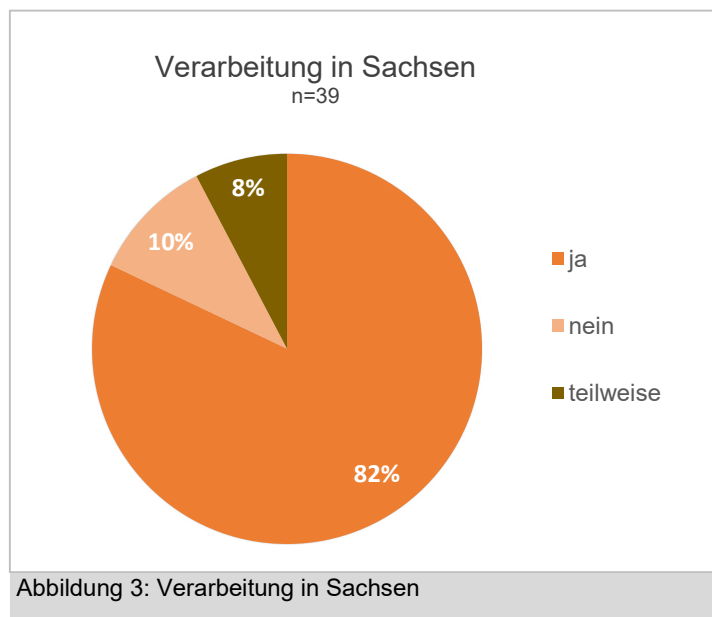
Angebot an regionaler Bio-Ware

Diese Übersicht stellt ausschließlich das Bioangebot der Lieferanten dar. Unter „Sonstiges“ fallen Trockenprodukte und Öle. Bei dieser Grafik wird nicht der Vorverarbeitungsgrad der Produkte dargestellt. Ausnahme bilden zwei Anbieter von geschnittenem Gemüse sowie ein Anbieter von Schälkartoffeln und Tiefkühlgemüse.



Das Angebot deckt sich weitgehend mit den Ergebnissen der Befragung der Küchen zur Herkunft und Sortiment von Bio-Lebensmitteln (vgl. S. 20).

27 der befragten Lieferanten gaben an, dass ihre Ware aus Sachsen stammt. Hierbei muss berücksichtigt werden, dass es sich bei der Hälfte der Teilnehmer um sächsische Öko-Direktvermarkter handelt, deren Ware naturgemäß aus Sachsen kommt. Bei den konventionellen



Großhändlern lag der Bio-Anteil bei unter 10 Prozent. Ein Viertel der Befragten gab an, Bio-Ware als Randprodukt im Angebot zu haben. Dies hat den Vorteil, sich am Bio-Markt platzieren und je nach Nachfrage wachsen zu können.

In Abbildung 3 zeigt sich, dass 32 von 39 befragten Lieferanten die Produkte direkt in Sachsen weiterverarbeiten. Bei 4 Lieferanten erfolgt die Verarbeitung außerhalb von Sachsen und bei 3 befragten Lieferanten teilweise in Sachsen und teilweise außerhalb.

Die Frage nach den in Sachsen verarbeiteten Produkten zielte auf die

Wertschöpfungsketten ab. Die Angabe „teilweise“ wurde von einem Betrieb gemacht, der sowohl Händler als auch Verarbeiter ist. Der Großteil (82%) verarbeitet die regionalen Produkte auch weitestgehend in Sachsen. Alle weiteren Nennungen stammen von Verarbeitern, die überregional arbeiten, ihren Stammsitz aber außerhalb von Sachsen haben.

Hemmnisse für einen weiteren Ausbau des Bioangebotes bei Lieferanten

Die Lieferanten wurden auch nach Hemmnissen befragt, die ihrer Einschätzung nach den weiteren Ausbau an Bio-Produkten im Sortiment behindern bzw. den Einsatz von mehr Bio-Produkten in der AHV erschweren. Folgende Hindernisse wurde von Seiten der befragten Lieferanten geäußert (Originalzitate):

„Küchen sind unflexibel und haben sehr hohe Ansprüche an die Qualität.“

„Wir benötigen mehr Nachfrage, um unser Bioangebot zu erweitern. Derzeitig bieten wir nur ausgewählte Produkte an, die eine längere Lagerdauer haben.“

„Wir arbeiten überregional, da regional die Nachfrage zu gering ist.“

„Gesucht wird ein breiteres Spektrum an Fertigprodukten im Biobereich, um die Kundenwünsche zu befriedigen.“

„Von unserer Technologie her können wir nicht auf größere Gebindegrößen setzen.“

„Die Ökokontrolle wegen einem geringen Angebot ist sehr aufwendig.“

Rückschlüsse auf Handlungsempfehlungen im Bereich der Lieferstrukturen werden im Kapitel „Handlungsempfehlungen“ gegeben.

Ergebnisse der Küchen- / Caterer Befragung

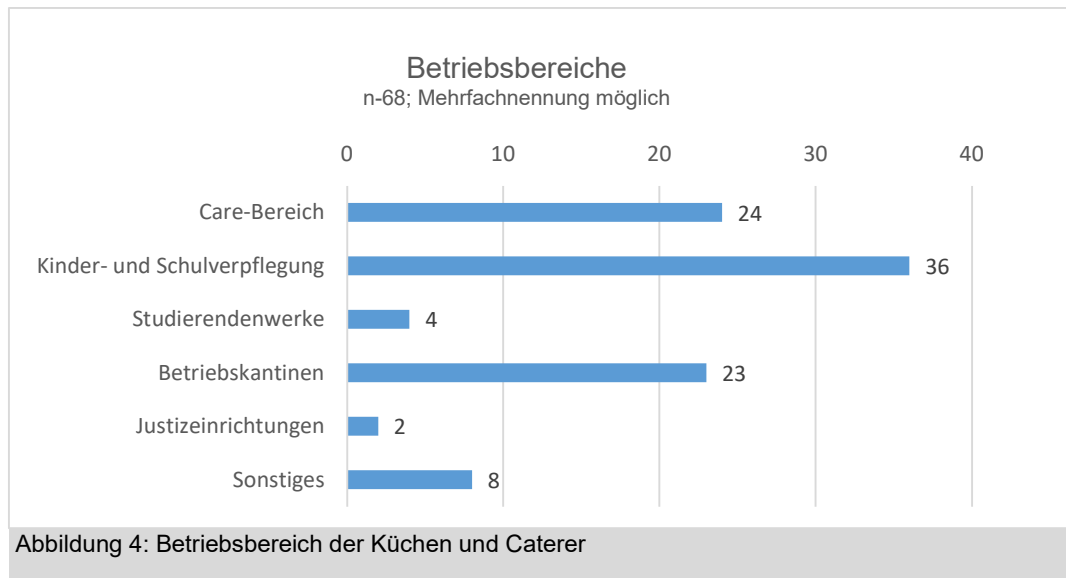
Betriebsstruktur der befragten Küchen / Caterer

Auf Grundlage der 68 ausgefüllten Online-Fragebögen waren ca. zwei Drittel der teilnehmenden Betriebe Küchen, ein Drittel Cateringunternehmen. Bei einigen Fragebögen wurde deutlich, dass die Abgrenzung zwischen Cateringunternehmen und Küchen für die Befragten nicht eindeutig war. Dies zeigt sich beispielsweise daran, dass manche Cateringunternehmen auch „Küche“ als Betriebsform angegeben haben. Der Übergang der Betriebsformen ist fließend, da manche Küchen auch andere Küchen und Betriebe beliefern. Die Unterscheidung ist somit an dieser Stelle nicht trennscharf und nicht repräsentativ. Da es sich hierbei um eine Einfachauswahl mit nominalem Frage-Typ handelt, war im System nur eine Antwortmöglichkeit zulässig.

Bei der Frage nach den **Betriebsbereichen**, ergab sich folgendes Bild (siehe Abbildung 4). Bei dieser Frage sind Mehrfachnennungen vorhanden, weil insbesondere Cateringunternehmen häufig mehrere Betriebsbereiche beliefern. Aus diesem Grund sind, mit Ausnahme von den Justizeinrichtungen und den Studierendenwerken, in den verschiedenen Bereichen Mehrfachnennungen vorhanden. Die meisten teilnehmenden Betriebe kamen demnach aus dem

Care-Bereich sowie dem Bereich der Kinder- und Schulverpflegung und dem der Betriebskantinen.

Care-Bereich: Vielen Unternehmen im Care-Bereich ist es untersagt, direkt an Umfragen teilzunehmen. Deshalb wurden in diesem Bereich häufig Träger kontaktiert, die ihren Sitz vorwiegend an Standorten außerhalb Sachsens haben. Der Care-Bereich umfasst Altenpflegeheime, Kureinrichtungen und Krankenhäuser.



Kinder- und Schulverpflegung: Es erfolgte eine hohe Teilnahmequote dieser Gruppe. Unter anderem zählen dazu Kindergärten, Schulen, Schullandheime, Jugendherbergen u.v.m. An dieser Stelle ist keine klare Trennung vorhanden, weshalb einige Unternehmen sich u.a. im Bereich Betriebskantinen als staatliche Einrichtung oder Sonstiges verortet haben. Beliefert werden diese zum Teil von Cateringunternehmen, die auch andere Bereiche wie Betriebskantinen und den Care-Bereich beliefern. Weiterhin gibt es einige kleinere Küchen, die direkt vor Ort kochen.

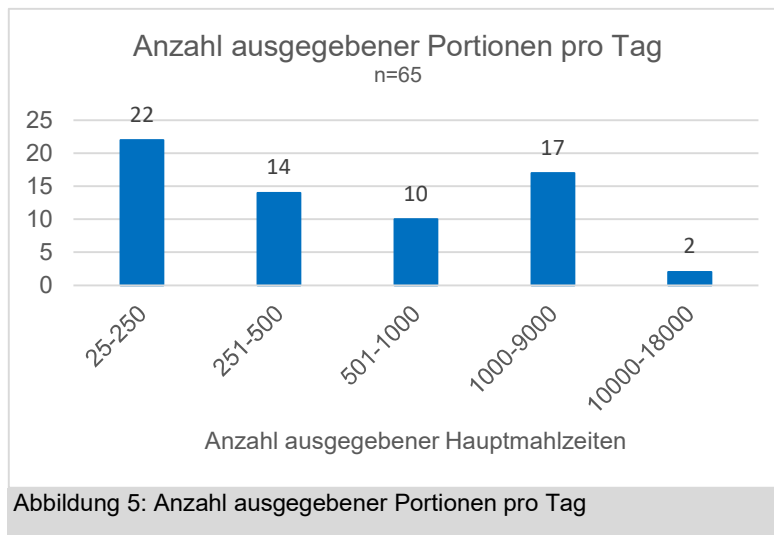
Studierendenwerke: Vier von vier kontaktierten Studierendenwerken haben den Online-Fragebogen ausgefüllt. Diese sind jeweils für mehrere Standorte zuständig. Somit unterliegen der Zahl der Studierendenwerke mehrere Kantinen.

Betriebskantinen: Häufig beliefern Caterer verschiedene Betriebsbereiche. Aus diesem Grund handelt es sich bei den Betriebskantinen um eine sehr heterogene Zielgruppe.

Justizeinrichtungen: Diese waren schwer erreichbar. Erst nach telefonischer Kontaktaufnahme erfolgte die Teilnahme von zwei Justizeinrichtungen, davon hat eine angegeben, dass sie keine Außer-Haus-Verpflegung anbieten. Es lässt sich somit schlussfolgern, dass vermutlich der Terminus „Außer-Haus-Verpflegung“ irreführend ist und missverstanden werden kann.

Bundeswehr: Bei der Bundeswehr wird die Verpflegung in Sachsen durch das Zentrale Verpflegungslager in Berlin koordiniert. Obwohl eine telefonische Kontaktaufnahme zu verschiedenen Verantwortlichen im Bereich der Heeresverpflegung erfolgte, konnte keine Teilnahme der Bundeswehr an der Befragung erzielt werden. Aus diesem Grund fehlen der Studie leider Angaben in diesem Bereich.

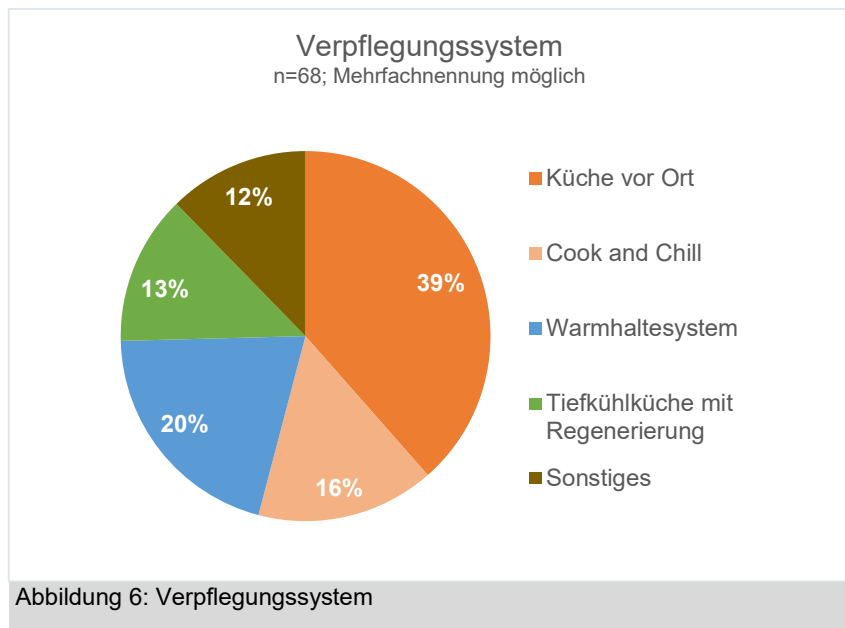
Sonstiges: In diese Kategorie fallen u.a. Herbergen und Begleitetes Wohnen für Suchtkranke, Tagungshäuser, Seminarzentren, Beratungs- und Fortbildungseinrichtungen, Kochschule für Kinder.



Neben den Betriebsbereichen wurde auch die **Betriebsgröße** erfasst. Anhand der Grafiken (Abbildung 5) wird deutlich, dass der Großteil der befragten Küchen und Unternehmen zwischen 25 und 500 Mahlzeiten am Tag ausgibt.¹ Diese werden in der Studie als „kleine und mittlere Küchen“ zusammengefasst. Nur 29 der an der Befragung teilgenommenen Küchen wurden als „Große Küchen“ mit mehr als 500 ausgegebenen Essen am Tag definiert.

In Bezug auf das **verwendete Verpflegungssystem** wurden folgende Angaben gemacht:

39 % der Befragten gaben an, eine „Küche vor Ort“ zu haben. Diese Küchen kochen vor Ort und beliefern in der Regel keine weiteren Küchen bzw. Betriebe. Die anderen Verpflegungssysteme wie „Cook and Chill“, „Warmhaltesystem“, „Tiefkühlküche mit Regenerierung“ variieren zwischen 13 und 20 %. Sonstiges wurde von acht Küchen angekreuzt und mit Nennungen wie „Ausgabeküche“ und „Cook and Hold“ unterlegt.



Grundsätzlich ist festzuhalten, dass es sich hierbei nur um ein Abbild der befragten Betriebe und nicht um repräsentative Daten für das Land Sachsen handelt.

Große Betriebe (über 500 ausgegebene Essen / Tag) verwenden verschiedene Verpflegungssysteme zu ähnlich großen Anteilen. Dies ist darauf zurückzuführen, dass es sich hierbei vorwiegend um Cateringunternehmen handelt, die ihre Mahlzeiten an Ausgabestellen ausliefern.

Bei kleinen Betrieben gibt es vorwiegend Küchen vor Ort (57 Prozent), da diese weniger Mahlzeiten ausliefern, sondern vorwiegend für den eigenen Betrieb kochen. Die restlichen Verpflegungssysteme sind mit gleichen Anteilen vertreten.

¹ Zur Auswertung wurden nur Nennungen mit mind. 10 Portionen Tag berücksichtigt.

Damit wird deutlich, dass kleine und mittlere Betriebe mehrheitlich vor Ort kochen und damit bessere Möglichkeiten haben, frisch und ohne (zu) lange Warmhaltezeiten zu kochen. Ein Kochsystem, das am besten zu bio-regionalen Produkten direkt vom Erzeuger passt.

Dies spiegelt sich auch in der Anzahl der belieferten Küchen wider. Knapp die Hälfte der Befragten (n=32) beliefert keine weitere Küche, sondern kocht ausschließlich vor Ort. Der Maximalwert liegt bei 84 belieferten Küchen. Dabei handelt es sich um ein großes Cateringunternehmen.

Anhand dieser Grafik wird deutlich, dass alle **Verpflegungsoptionen** in der Gemeinschaftsverpflegung relevant sind. Auch wenn die Mittagsverpflegung in einigen Betrieben im Fokus steht (z.B. bei der Kinder- und Schulverpflegung), sind die anderen Verpflegungsoptionen bei der Betrachtung der Lebensmittelauswahl und Menüplanung mit einzubeziehen. Die Kantinenbesucher*innen können dabei durchschnittlich zwischen etwa drei Hauptgerichten am Tag wählen.

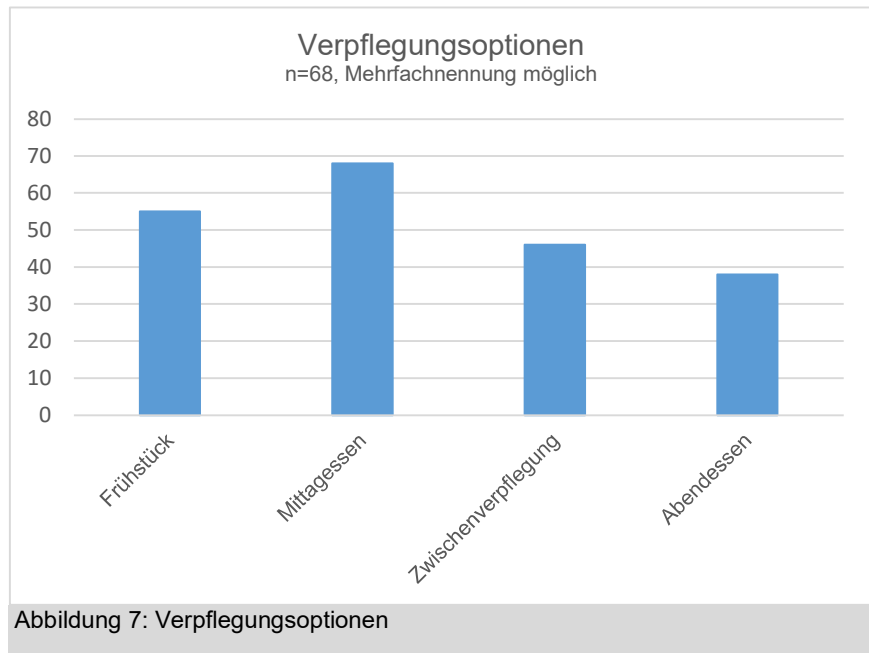


Abbildung 7: Verpflegungsoptionen

Besonderheiten der befragten Küchen (nach eigener Einschätzung)

Nach eigener Auskunft stehen Qualität und Frische der eingesetzten Ware (27 Nennungen) bei allen Betrieben an erster Stelle und zeichnen diese besonders aus. Vielfalt (6 Nennungen),

Regionalität (18 Nennungen), Saisonalität (6 Nennungen), die Berücksichtigung von Allergenen (6 Nennungen) und eine flexible Ausrichtung auf Kundenwünsche (9 Nennungen) sind laut Angaben der Befragten wichtige Merkmale der teilnehmenden Küchen. Die Häufigkeit der Nennung von Schlagworten wird durch die Größe in nebenstehender Schlagwortwolke veranschaulicht.



Abbildung 8: Schlagwortwolke: Was zeichnet Ihre Küche besonders aus?

Die folgenden kursiv gedruckten Angaben sind Zitate der Teilnehmenden, die dem Fragebogen entnommen wurden.

Care-Bereich:

„Frischküche mit wenig Zusatzstoffen, Regionaler Essenstag, alle 2 Monat saisonale Anpassung, Deutschlandweit gültig, WhatsApp-Gruppe der Küchenleiter, hinterlegte Rezepte, Nährwertberechnung“

Kinder- und Schulverpflegung:

Im Bereich der Kinder- und Schulverpflegung werden andere Nachhaltigkeitskriterien, wie ein geringerer Fleischkonsum oder eigener Gemüseanbau, häufiger berücksichtigt. Weiterhin wird darauf geachtet weniger Convenience Produkte zu verwenden.

„Wir bereiten alle Speisen frisch und in handwerklicher Fertigung zu. Ungefähr 80 % der insgesamt verwendeten Lebensmittel sind biologisch angebaut oder verarbeitet. Wir verwenden keine vorgefertigten Produkte, ausgenommen sind Tomatenkonserven, Apfelmus, Hefeklöße und Semmelknödel. Wir versuchen, einen möglichst hohen Anteil regional angebaute bzw. erzeugte Lebensmittel zu verwenden. Auf unserem Speiseplan steht einmal in der Woche ein Fleisch- oder Fischgericht. Alle anderen Speisen sind vegetarisch. Wir achten auf eine sparsame Verwendung von Zucker und Salz. Unsere Desserts (Fruchtjoghurt, Pudding, Quarkspeisen) werden selbst hergestellt. Wir verwenden eine breite Palette an Gewürzen. Auf unserem Speiseplan stehen sowohl klassische Gerichte als auch Gerichte der Vollwertküche und internationale Speisen.“

„Wir bereiten unseren 380 Schülern ein Frühstücksbuffet, 3 verschiedene Mittagessen incl. Salatbuffet und einen Vespersnack aus saisonalen und regionalen Zutaten zu. Wir verzichten weitestgehend auf Zusatzstoffe.“

Es zeigt sich außerdem, dass Kindern und Eltern ein verstärktes Mitspracherecht eingeräumt wird. So wird in einem Betrieb das Ernährungskonzept im Verein durch Elternvertreter erarbeitet und die Kinder in die tägliche Essenszubereitung einbezogen. Durch ein Mitentscheidungsrecht und die Betreuung von Ganztagsangeboten (GTAs) an zwei Einrichtungen versucht ein weiterer Caterer die Kund*innenwünsche direkt in die Planung einzubeziehen.

„An 4 Tagen in der Woche begleiten uns 6 Schüler in ihrem Praxisunterricht bei unserem Arbeitsablauf.“

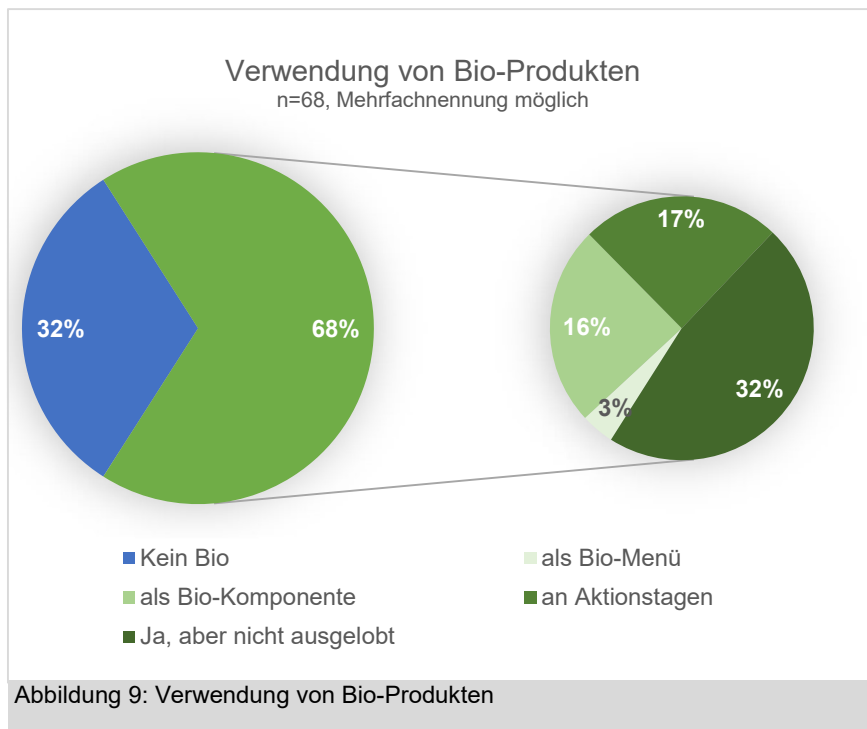
Es fallen relativ häufig Schlagworte wie „vegetarisch“ (Veggi-Day), handwerkliche Zubereitung und aktives Mitspracherecht von Schüler*innen und Kindern. Diese werden zum Beispiel durch eigenen Gemüseanbau direkt einbezogen und für Ernährungsthemen sensibilisiert:

„Kindergartenküche mit konsequenter Regional/Bio-Ausrichtung. Eigener Gemüseanbau, Kooperationen mit Kindergärten hinsichtlich Feldbesuch & Kochen in der Restaurant-Küche. Slow-Food zertifiziert & farm-to-table Konzeption.“

Betriebskantinen: sehr kundenorientiert, Frische, Qualität stehen im Vordergrund. Kunden können z.T. am Buffet ihr Menü selbst zusammenstellen

Verwendung von regionalen Bio-Produkten

In der Befragung hat sich gezeigt, dass 68% der Befragten, laut eigenen Angaben, biologische Lebensmittel bei ihrer Speisenzubereitung verwenden. Hier ist zu vermuten, dass durch die



Umfrage eher solche Betriebe erreicht werden konnten, die bereits sensibel oder offen für die Verwendung bioregionaler Lebensmittel in der AHV sind. Weiterhin werden bei ca. der Hälfte dieser Betriebe verwendete Bio-Produkte nicht ausgelobt, und bei einem Fünftel dieser Betriebe werden Bioprodukte nur an Aktionstagen (d.h. unregelmäßig) eingesetzt.

Somit zeigt sich, dass zwar einige Betriebe, laut eigener Angabe,

teilweise zu biologisch erzeugten Lebensmitteln greifen, diese aber nur punktuell im Sortiment haben und auch größtenteils nicht ausloben (dürfen).² Nur knapp ein Fünftel der insgesamt Befragten verwenden also vermutlich regelmäßig Bio-Produkte als Bio-Komponente oder Bio-Menü.

Bei dieser Frage gab es weiterhin die Möglichkeit, den **prozentualen Anteil von Bio-Produkten am Gesamtsortiment** anzugeben. Von den 45 Küchen, die insgesamt angegeben haben, Bio-Produkte (gelegentlich) zu verwenden, haben 13 einen prozentualen Anteil von Bio am Gesamtsortiment angegeben. Die geringe Teilnahmequote bei dieser Angabe lässt sich darauf zurückführen, dass eine genaue Zahl für die Betriebe, gerade wenn sie ihren Bio-Anteil nicht ausloben und nur sehr selten Bio-Produkte (wie an Aktionstagen) einsetzen, schwer zu ermitteln sein könnte. Insgesamt haben 6 Betriebe angegeben, über die Hälfte ihrer Waren aus biologischer Herkunft zu beziehen, aber nur 5 der Befragten verfügen über eine Biozertifizierung!

Tabelle 1: Prozentualer Anteil von jährlich eingesetzten Bio-Produkten

unter 10%	10-30%	50%-60%	80%-95%
2	5	3	3

Die **Küchen mit Bio-Zertifizierung** stammten aus den Bereichen der Kinder- und Schulpflege, Care-Bereich, Studierendenwerke. Es handelte sich bei allen um große Betriebe³. Möglicherweise ist es, aufgrund des logistischen und finanziellen Aufwands (räumlich getrennte Lagerung von Lebensmitteln, gestellte Anforderungen für Biozertifizierung), für kleinere Betriebe schwieriger eine Biozertifizierung umzusetzen. Die Kosten der jährlichen Bio-Kontrolle könnten für diese somit eine größere Hemmschwelle darstellen.

² Da sich diese Angaben auf den Zeitraum von mindestens einem Jahr beziehen, unterliegen sie größeren Schwankungen. Wenn beispielsweise Bio-Lebensmittel in Aktionswochen oder punktuell als Komponenten verwendet wurden, kann dies bereits einige Monate zurückliegen und nicht den aktuellen und kontinuierlichen Einsatz von Bio-Lebensmitteln im Betrieb abbilden.

³ über 870 ausgegebene Essen pro Tag /(Küche / Caterer)

Im Anhang sind detaillierte Profile der 5 bio-zertifizierten Küchen zu finden.

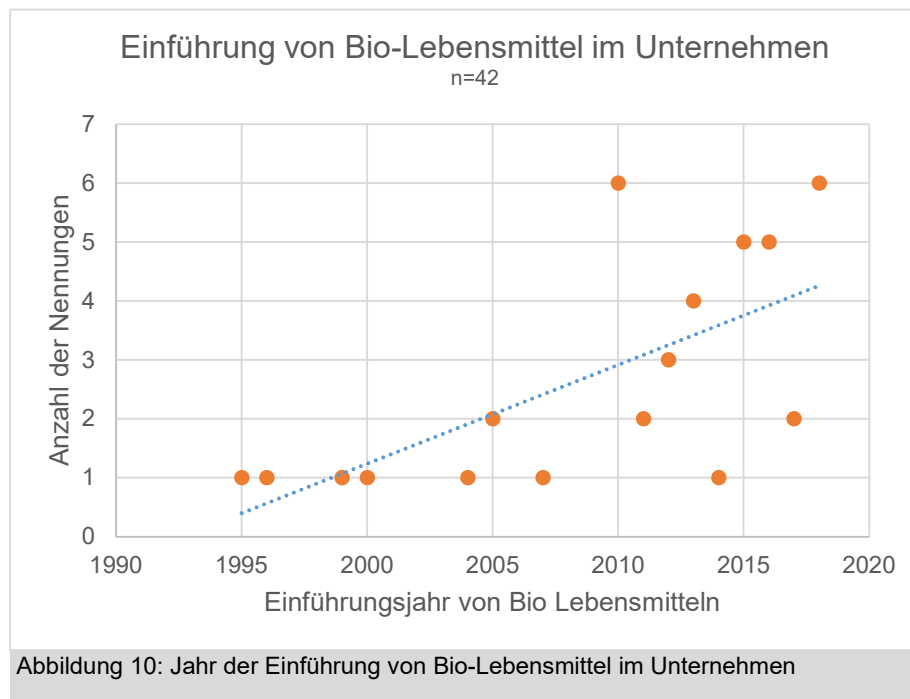
Ein Betrieb hat laut eigener Angabe die Biozertifizierung aufgegeben und setzt nun ausschließlich nicht-ausgelobte Bioprodukte ein. Es handelt sich hierbei um einen kleinen bis mittelgroßen Betrieb (ca. 300 ausgegebene Essen am Tag) aus den Bereichen Kinder- und Schulpflege / Betriebskantine. Als Gründe für die Einstellung der Biozertifizierung werden der Preisdruck, die Öko-Kontrolle, das regionale Angebote, Logistik / Bestellvorgang und Lieferantenstruktur genannt. Kein Hemmnis stellten allerdings Lagerung und Küchenmanagement sowie die Mitarbeiterakzeptanz dar.

„Die Biozertifizierung wurde aufgegeben, da der MIX aus BIO und konventionell durch die ÖKO Kontrolle kaum zu realisieren ist!! Schade eigentlich.“

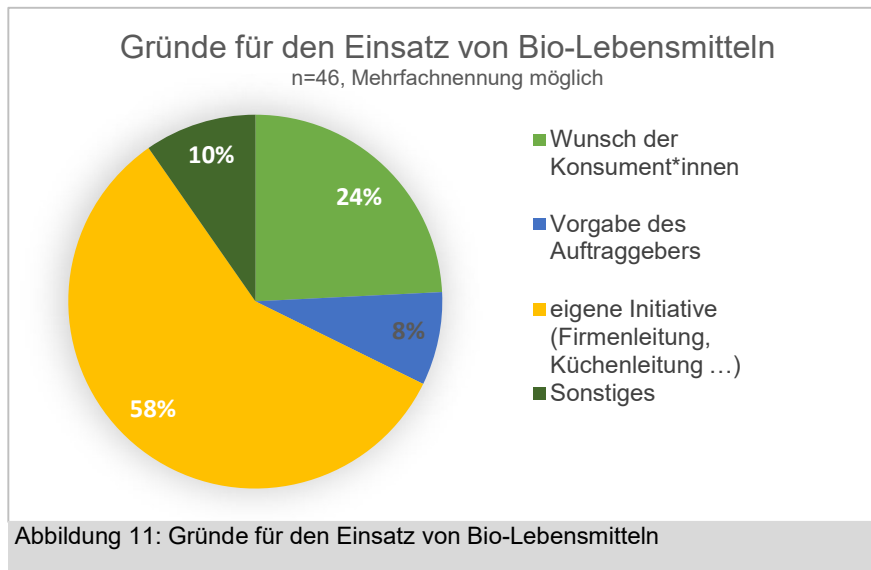
„Ich wünsche mir: Mein Team leistet jeden Tag tolle Arbeit, wir arbeiten mit frischen Produkten und entwickeln immer wieder neue Rezepturen ABER nur wenige Menschen sind bereit, den Preis dafür zu zahlen. Ein BIO Menü für 3,00 € - soll das die Realität und Wertschätzung abbilden?? Ich würde mir Zuschüsse für die Betriebe wünschen, die noch wirkliche Handarbeit in der Küche leisten!!“

Betrachtet man die Angaben der zertifizierten Küchen genau, stellt sich heraus, dass das Bio-Angebot hier vorwiegend als Zusatzangebot und nicht als wichtiges Kriterium für die Lebensmittelauswahl verstanden wird. Daraus lässt sich ableiten, dass Bio für Betriebe mit geringem Bio-Anteil möglicherweise nur eine Erweiterung des Angebotsspektrums darstellt, um auf diese Weise mehr Kunden erreichen zu können.

Die Kundenakzeptanz wird einmal als sehr gut und zweimal als gut bewertet, zwei Betriebe schätzen diese neutral ein. Bei drei Betrieben wurde Bio unter anderem auf Wunsch der Konsument*innen eingeführt.



Die folgenden Aussagen beziehen sich nur auf Betriebe, die angaben, Bio-Produkte zu verwenden. Dies erklärt die geringere Teilnehmerzahl. Der Einsatz von biologischen Lebensmitteln in der AHV ist ein recht junges Phänomen. Die meisten der Befragten Küchen / Caterer nahmen Bio-Produkte zwischen 2010 und 2020 in ihr Verpflegungskonzept auf.



Der **Einsatz von Bio-Lebensmitteln** erfolgt bei 58 % der gesamten Antworten (n=46) auf **Eigeninitiative**. Dies könnte vorwiegend auf solche Unternehmen zurückzuführen sein, die autonom in der Warenbestellung und Menüerstellung und nicht von weiteren Auftraggebern oder Trägern abhängig sind. Gerade größere Unternehmen nehmen häufig an Aus-

schreibungen teil und sind somit an das Vergaberecht gebunden. Dies bezieht sich zum Beispiel auf Studierendenwerke, hier ist der Auftraggeber das entsprechende Land. 2 von 3 Studierendenwerken gaben an, dass Bio-Produkte auf Verlangen des Auftraggebers im Speiseangebot Verwendung finden. Es ist anzunehmen, dass der Anteil dieser Betriebe in dieser Umfrage überrepräsentiert ist, da diese Betriebe auch mehr intrinsisches Interesse haben, an Umfragen wie dieser teilzunehmen.

Weiterhin spielt auch der **Wunsch von Konsument*innen** mit 24 % die zweitwichtigste Rolle. Bei Studierendenwerken und im Bereich der Kinder- und Schulverpflegung wurde der Wunsch von Konsument*innen mit jeweils 20 % angegeben und nimmt damit eine größere Rolle ein als im Care-Bereich (13 %). Es könnte an dieser Stelle die Hypothese aufgestellt werden, dass insbesondere in Altenheimen das Interesse bzw. die Akzeptanz für Bioprodukte und alternative Ernährungskonzepte von Kundenseite geringer ist bzw. diese möglicherweise auch weniger in die Speisenauswahl eingebunden sind. Im Bereich der Betriebskantinen wurde der Wunsch der Konsument*innen sogar mit 30 % angeben.

Auch bei diesen Daten ist zu beachten, dass sie nicht repräsentativ für das Land Sachsen sind.

Die teilnehmenden Küchen wurden nach der **Kundenakzeptanz für das Bio-Angebot** gefragt. Sie schätzen die Kundenakzeptanz vorwiegend positiv ein. Dies ist auch darauf zurückzuführen, dass sich die Angaben nur auf Betriebe beziehen, die Bio in ihrem Angebot haben (Filterfrage). Die höchste Kundenakzeptanz zeigt sich im Bereich der Studierendenwerke, gefolgt von der Kinder- und Schulverpflegung⁴.

Nur 2 an der Umfrage teilnehmende Unternehmen gaben eine schlechte Kundenakzeptanz an.

Hierbei handelt es sich um eine Küche im Care-Bereich, in der an die 180 Hauptmahlzeiten am Tag ausgegeben werden. Laut eigener Aussage zeichnet sich diese durch die Verwendung regionaler Produkte, kurze Reaktionszeiten und abwechslungsreiches Angebot aus. 2017 bot die Küche „Bio“ testweise an Aktionstagen an. Dieses Angebot wurde von den Bewohner*innen wenig bis gar nicht angenommen. Nach der Testphase wurde der Einsatz von nicht- aus-

⁴ Bei dieser Frage handelt es sich aufgrund der Rangfolge von sehr gut bis sehr schlecht um eine ordinal skalierte Einfachauswahl. Hier lässt sich die Tendenz zur Mitte nicht ausschließen. Weiterhin ist unklar, inwiefern die Firmen- bzw. Küchenleitung (o.a. ausführende Person) in direktem Kontakt zu den Kund*innen steht bzw. deren Feedback erhält.

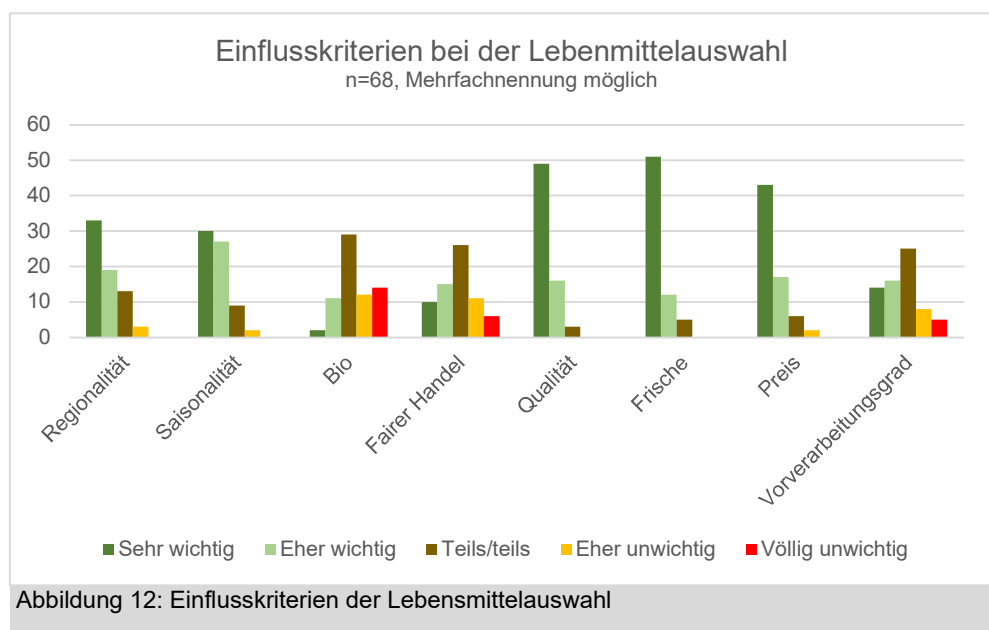
gelobten Bio-Lebensmitteln nicht mehr erhöht. Große Hemmnisse werden von Seiten des Betriebes in den Logistikstrukturen gesehen: ein fehlendes regionales Angebot, Komplikationen im Bestellvorgang, die Lieferantenstruktur und die fehlende Kundenakzeptanz werden als Hemmfaktoren genannt. Unterstützende Maßnahmen sollten die Kundenakzeptanz erhöhen und die Logistikstrukturen stärken. Dazu könnten Abfallmessungen, regionale Beratungsangebote und zur Verfügung gestelltes Aktionsmaterial helfen.

Das zweite Unternehmen, welche eine schlechte Kundenakzeptanz für Bio-Produkte angibt, ist ein Cateringunternehmen welches Betriebskantinen und Einrichtungen im Care-Bereich und Kinder- und Schulverpflegung beliefert. Das Unternehmen bietet je nach Zielgruppe zu etwa 3% Bio-Produkte an. Da vorwiegend öffentliche Einrichtungen mit vertraglichen Festlegungen versorgt werden, besteht eine Abhängigkeit vom Kundenspektrum und den vorliegenden Ausschreibungskriterien. Sehr starke Hemmnisse beim Einsatz von Bio-Lebensmitteln liegen bei der Biozertifizierung, dem regionalen Angebot, dem Lagerungs- und Küchenmanagement sowie dem Preis vor. Das Cateringunternehmen bietet u.a. ein vegan-vegetarisches Angebot an und bezieht Brot- und Backwaren, Obst, Gemüse und Kartoffeln teilweise aus der Region. Neben der Abhängigkeit vom Kundenspektrum wird auch die Logistikstruktur von regionalen Lieferanten als Hemmnis gesehen. Das Unternehmen fordert angepasste Ausschreibungskriterien und stärkere Logistikstrukturen, um diesen Hemmnissen zu begegnen. Regionale Beratungsangebote sowie eine Bilanzierung der Rezepturen und die Darstellung dieser auf der Speisekarte werden als gewünschte Unterstützung angegeben.

Auf die Frage, wie wichtig den Unternehmen bestimmte Kriterien wie Regionalität, Bio-Produkte, Frische etc. bei der **Auswahl Ihrer Lebensmittel** waren, ergab sich folgendes Bild (vgl. Abbildung 12).

Jedes Kriterium konnte auf einer Skala zwischen sehr wichtig und völlig unwichtig bewertet werden.

Bei Frage 5 (Was zeichnet Ihre Küche besonders aus?) hat sich herausgestellt, dass für die Küchen und Cateringunternehmen Qualität und Frische (27 Nennungen) besonders wichtig ist. Dies wird auch bei der Frage nach der Lebensmittelauswahl

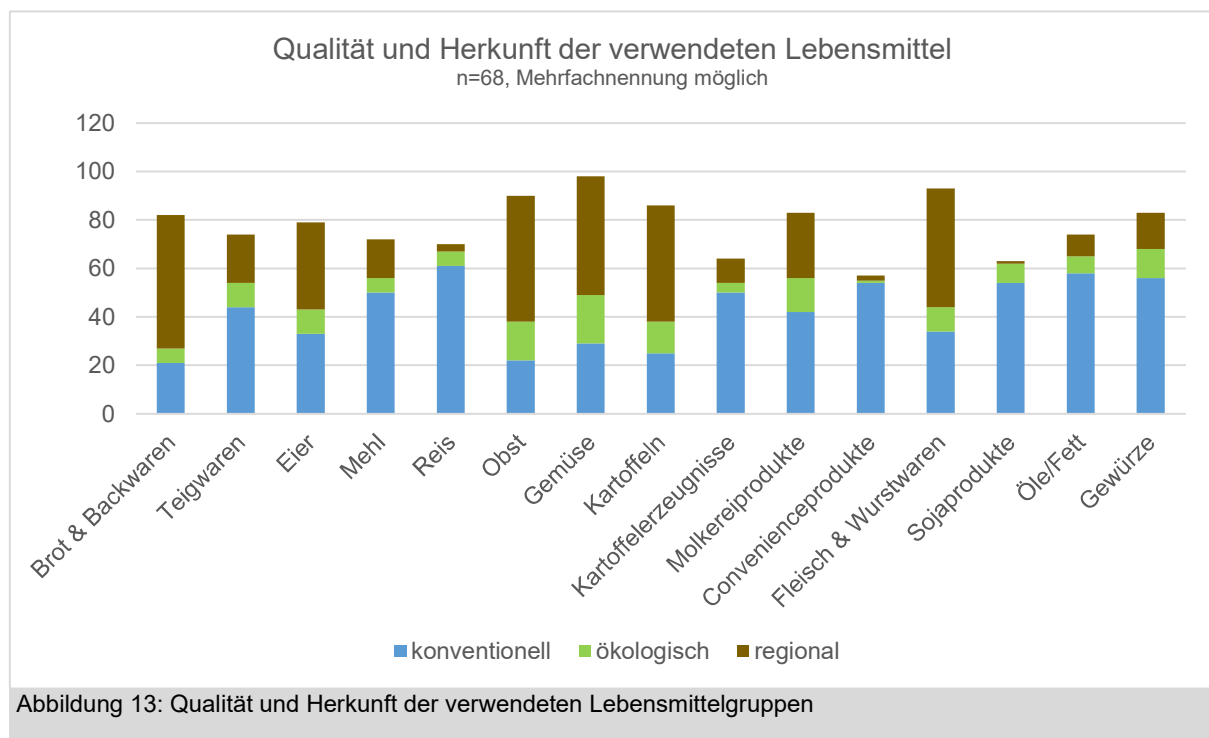


deutlich. 51 von 68 Betrieben haben **Frische** als sehr wichtiges Kriterium angegeben, gefolgt von 49 Nennungen für **Qualität** und 43 Angaben für den **Preis**. Auch Regionalität und Saisonalität sind wichtige Auswahlkriterien. Somit deckt sich auch diese Aussage mit der Schlagwortwolke (Abbildung 8). Weniger relevant bei der Lebensmittelauswahl scheinen die Verwendung von Produkten aus biologischer Erzeugung und Fairem Handel zu sein. Unter der Rubrik Sonstiges (nicht in der Grafik aufgeführt) wurden weiterhin folgende Auswahlkriterien genannt:

Zuverlässigkeit, Tiergerechte Haltung, Flexibler Lieferant, Bezug zum Lebensmittel, Geschmack (der Primärerzeugnisse / Grundprodukte), Anzahl der Portionen, Liefersicherheit, Werbung, Naturbelassen und nicht vorverarbeitet

Die 13 Befragten, die das Kriterium „Bio“ wichtig finden, kommen aus den folgenden Bereichen: Kinder- und Schulverpflegung (8), Betriebskantinen (6), Sonstiges (4), Care- Bereich (3). Dies stärkt die Annahme, dass in diesen Zielgruppen die Sensibilität für einen verstärkten Bioeinsatz in der Gemeinschaftsverpflegung höher sein könnte. Verglichen mit den anderen Gruppen scheint der Vorverarbeitungsgrad von Lebensmitteln im Bereich der Betriebskantinen (5) und der Kinder- und Schulverpflegung (11) eher unwichtig zu sein. Dies spricht abermals für die oben aufgestellte Hypothese, dass diese Bereiche eher zugänglich für einen verstärkten Einsatz von unverarbeiteten bio-regionalen Lebensmitteln sein könnten.

Der überwiegend (sehr) geringe Einsatz von regionalen (Bio-)Lebensmitteln in der AHV wird auch anhand der nächsten Grafik deutlich. Der **Großteil der verwendeten Lebensmittel wird konventionell bezogen**. Die Aussage, dass 68 % der Küchen bzw. Betriebe biologische Lebensmittel in Ihrem Speisenangebot haben, bestätigt sich an dieser Stelle nicht. So haben einige Küchen, die laut eigener Angabe biologische Lebensmittel verwenden, hier keine Aussage getroffen.



Vergleicht man diese Ergebnisse mit denen der Befragung von Lieferanten wird deutlich, dass (Brot- und Backwaren ausgenommen) die bezogenen Lebensmittelgruppen mit dem angebotenen Bio-Sortiment übereinstimmen. Besonders oft verwendete Bio-Lebensmittel im regionalen Außer-Haus-Markt in Sachsen scheinen **Obst, Gemüse, Backwaren und Kartoffeln** zu sein. Es ist davon auszugehen, dass Brot- und Backwaren aufgrund des Preises weniger in Bio-Qualität bezogen werden. Diese Produktkategorie wird allerdings zu großem Teil (81 %) aus der Region bezogen, was wiederum dem Angebot der Lieferanten entspricht.

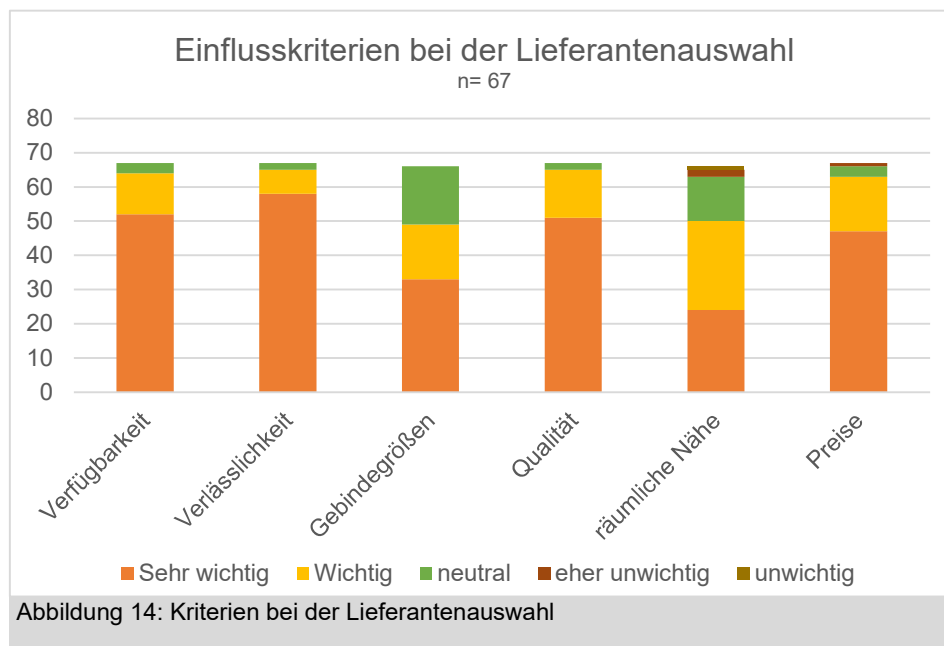
Eier werden etwa zur Hälfte konventionell oder regional bezogen. Obst wird zu über 76 % auch aus der Region bezogen und 23,5 % verwenden Obst ebenso aus ökologischem Anbau. Auch Gemüse kommt bei 72 % der Teilnehmenden aus der Region, bei 29 % aus ökologischem

Anbau und bei 43 % aus konventionellem Anbau. Bei Gemüse und Obst sind aufgrund der saisonalen Schwankungen Mehrfachnennungen wahrscheinlich. Auch Kartoffeln werden zu einem hohen prozentualen Anteil von 71 % der Teilnehmenden aus der Region bezogen. Genauso kommt ein hoher Anteil von Fleisch- und Wurstwaren u.a. aus der Region. Gerade in dieser Kategorie kommt es jedoch zu einigen Mehrfachnennungen und somit kommen bei der Hälfte der Befragten die Fleisch- und Wurstwaren auch aus dem konventionellen Handel.

Bei der Betrachtung der Angaben zu Herkunft und Qualität der verschiedenen Lebensmittelgruppen in Hinblick auf die unterschiedlichen Bereiche zeigt sich, dass im Care-Bereich am wenigsten Bio- und Regionale Produkte Verwendung finden. Im Bereich der Kinder- und Schulverpflegung hingegen ist der größte prozentuale Anteil an biologischen und regionalen Lebensmitteln zu finden.

Lieferantenauswahl

Für die meisten Befragten war die **Verlässlichkeit** (58), gefolgt von **Verfügbarkeit** (52) und **Qualität** (51) das wichtigste Kriterium bei der Lieferantenauswahl. Bei dem Kriterium „räumliche Nähe“ werden die Angaben „eher unwichtig“ (2) und „unwichtig“ (1) gemacht. Auch der Preis wird einmal als eher unwichtig bewertet. Bei der Kategorie „Gebindegrößen“ wurden 17 neutrale Angaben gemacht. Diese scheinen somit eine eher untergeordnete Rolle bei der Lieferantenauswahl zu spielen.



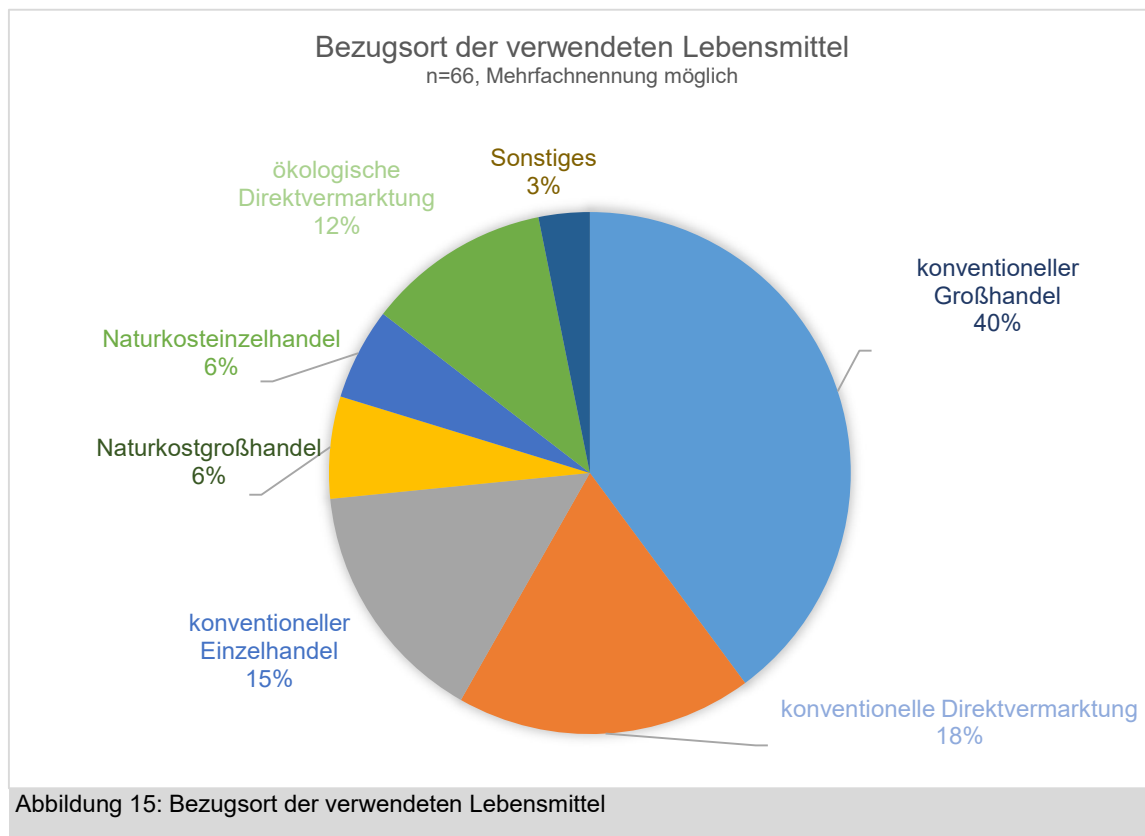
werden die Angaben „eher unwichtig“ (2) und „unwichtig“ (1) gemacht. Auch der Preis wird einmal als eher unwichtig bewertet. Bei der Kategorie „Gebindegrößen“ wurden 17 neutrale Angaben gemacht. Diese scheinen somit eine eher untergeordnete Rolle bei der Lieferantenauswahl zu spielen.

spielen.

Bei dieser Frage gab es ein offenes Eingabefeld. Folgende Angaben wurden gemacht und als sehr wichtig bewertet):

„Lieferant muss mehrere Artikel im Sortiment haben“, „Vergaberecht“, „Preis“

Anhand der folgenden Grafik wird deutlich, dass dreiviertel der Befragten ihre Ware aus dem konventionellen Handel beziehen. Insgesamt beziehen 40% der Küchen ihre Produkte vom konventionellen Großhandel. Nur 24% von den 66 Teilnehmenden beziehen Lebensmittel aus dem Naturkosthandel bzw. der ökologischen Direktvermarktung. Diese Angaben stimmen wiederum mit der Herkunft der verschiedenen Lebensmittelgruppen überein.



Folgende Angaben wurden von den befragten Unternehmen als freie Nennung zum Bezugsort der Lebensmittel hinzugefügt: „Bäcker und Obst vor Ort“, „Bäcker, Fleischer im Umkreis von 20 km“, „Fleischereien und Frühlsgemüsezentrum Kaditz“, „Hofläden“, „bei der Gärtnerei nebenan“

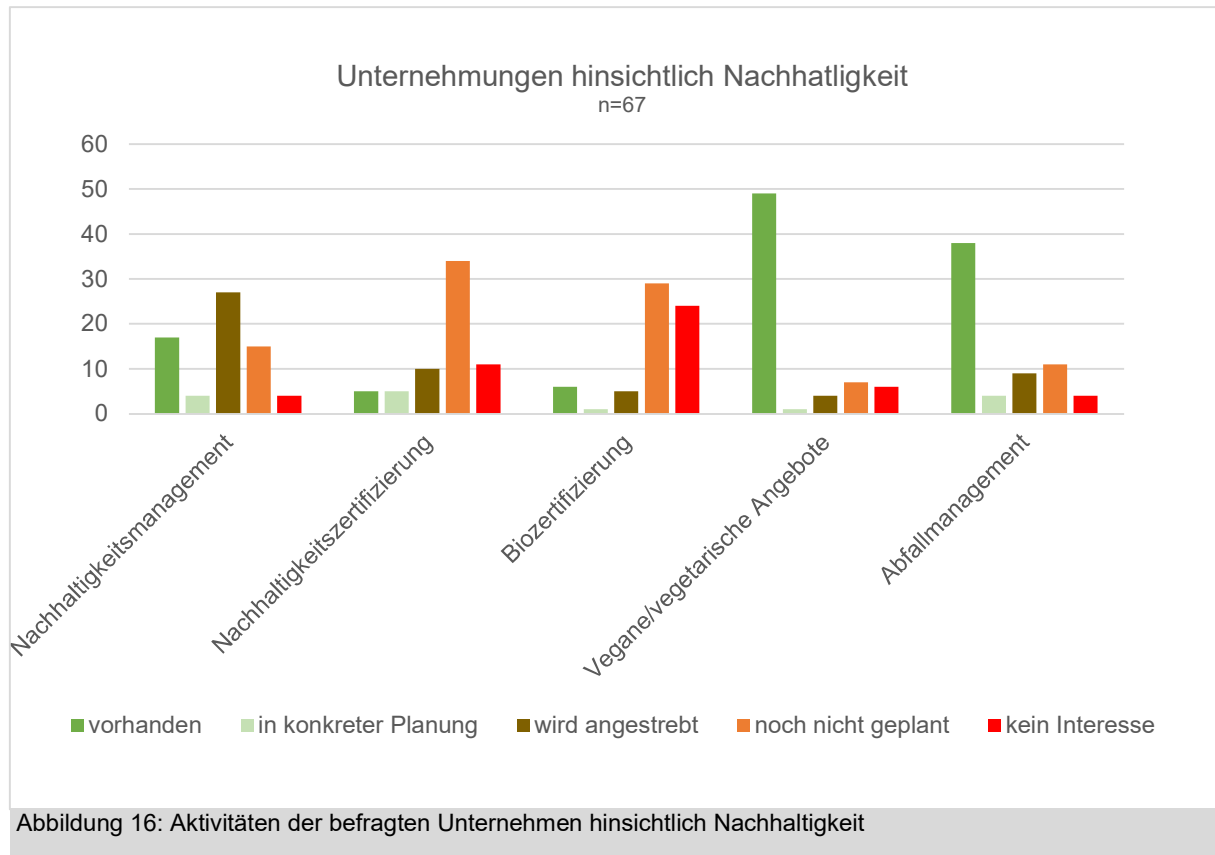
Im Vergleich mit der Befragung der Lieferanten zur Vermarktungsstruktur (Abbildung 1) ergibt sich ein unterschiedliches Bild. 51 % der befragten Lieferanten sind Öko-Direktvermarkter aber nur 30 % der befragten Küchen kaufen direkt vom Erzeuger (12 % Bio & 18 % konventionell, Abbildung 15). Dies hat mit der Auswahl bei beiden Gruppen zu tun. Da ökologisch wirtschaftende Betriebe häufig den Weg der Direktvermarktung gehen, heißt das aber auch, dass für den Absatz in Küchen noch ein großes Potential liegt, vorausgesetzt die Qualität, Liefermengen, Zuverlässigkeit und ggfs. (Vor-)Verarbeitungsgrad werden gewährleistet.

Aktivitäten hinsichtlich Nachhaltigkeit

Jedes genannte Nachhaltigkeitskriterium konnte auf einer Skala zwischen „vorhanden“ und „kein Interesse“ bewertet werden. Dabei konnte jede Kategorie nur mit einem Bewertungskriterium versehen werden. Nichtantworten waren möglich.

Am meisten werden bereits ein veganes und vegetarisches Angebot sowie ein Abfallmanagement umgesetzt (Abbildung 16). Dies könnte u.a. mit der medialen Präsenz dieser Themen sowie mit Kundenwünschen zu tun haben. Wenig bis kein Interesse besteht bei den Befragten an einer Biozertifizierung und an einer Nachhaltigkeits-Zertifizierung. Nur 17 % aller Befragten (n=67) haben überhaupt Interesse an einer Biozertifizierung. Die restlichen 83% haben entweder wenig bis kein Interesse oder haben auf die Frage nicht geantwortet. Wie auch schon

in vorherigen Fragestellungen wird auch hier deutlich, dass die Biozertifizierung für Betriebe ein großes Hemmnis darstellt. Dies kann, wie sich später an den Hemmnissen zeigt, durch den damit verbundenen organisatorischen und finanziellen Aufwand begründet sein.



In dem offenen Eingabefeld „Sonstiges“ wurden weitere Kriterien genannt, die den Befragten sehr wichtig hinsichtlich Nachhaltigkeit erscheinen. Diese sind:

„Verpackungsmanagement“, „Standard nach DGE“, „Gesundheitsmanagement“

„Ganzheitliche Betrachtung der Lebensmittelerzeugung- und Verarbeitung (Fokus auf Speisen-Qualität, Nachhaltigkeit und gesunde Ernährung)“

„Qualitätsmanagement“, „Gutes Haushalten“, „QM Zertifizierung“

„Schalen von Kartoffeln werden verfüttert, Schalen von Gemüse werden gewaschen und zu Gemüsebrühe verarbeitet, ansonsten arbeiten wir mit der Mülltrennung, Speisereste werden über Refood entsorgt“

Abermals zeigt sich in diesen Nennungen ein verstärkter Fokus auf Qualität und Preis. Auch gesundheitliche Aspekte sowie ein ressourcenschonender Umgang mit den Lebensmitteln spielen eine Rolle.

Um Nachhaltigkeitsziele im Unternehmen stärker zu berücksichtigen wünschten sich die Befragten folgende unterstützende Maßnahmen: es wurden vorwiegend **regionale Beratungsangebote** gewünscht, gefolgt von zur Verfügung gestelltem **Aktionsmaterial**.

Zum Thema Fortbildungen wurden von den Befragten folgende weiterführende Maßnahmen gewünscht:

„Angebote für Mitarbeiter UND Eltern“, „vegetarische Kochkurse“,

„Aufklärung / z.B. Bauernhoffahrten / Produktbezug zwischen Produzenten und K[üchen].“

Sowie:

„Minimierung bürokratischer „Hilfen“/ Anforderungen/ Hürden, Netzwerke/ Zu-

sammenschluss gleichgesinnter Praktiker/ Caterer (Lobby)“, „Einfügen in die VwV GefVerpfl und Bereitstellung entsprechender Mittel“, „Kostenumlage“, „Preissenkung“

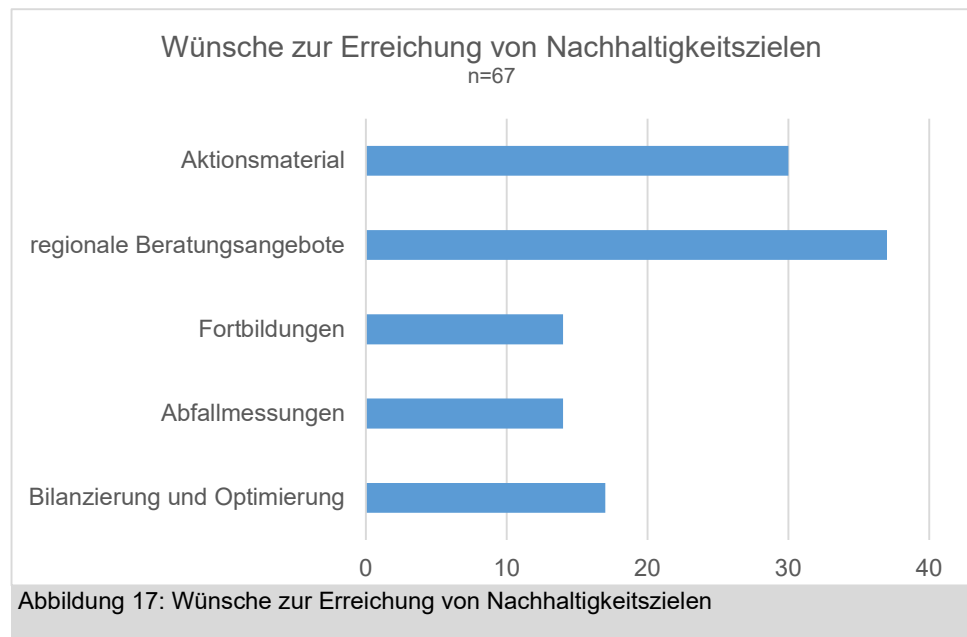


Abbildung 17: Wünsche zur Erreichung von Nachhaltigkeitszielen

Anregungen der befragten Küchen / Caterer für einen stärkeren Einsatz von Bio-Produkten in der AHV

Hemmnisse:

Bei der Frage nach den Hemmnissen waren 9 Antwortmöglichkeiten vorgegeben. Jedes vorgegebene Kriterium konnte auf einer Skala zwischen „sehr stark“ und „gar keine“ bewertet werden. Dabei konnte jede Kategorie nur mit einem Bewertungskriterium versehen werden.

Anhand der (Abbildung 18) zeigt sich deutlich, dass der Preis von den meisten Befragten (n=53) als sehr großes Hindernis für den Einsatz von Bio-Lebensmitteln gesehen wird. Die Biozertifizierung wurde von 26 der Befragten als sehr starkes oder starkes Hindernis angegeben.

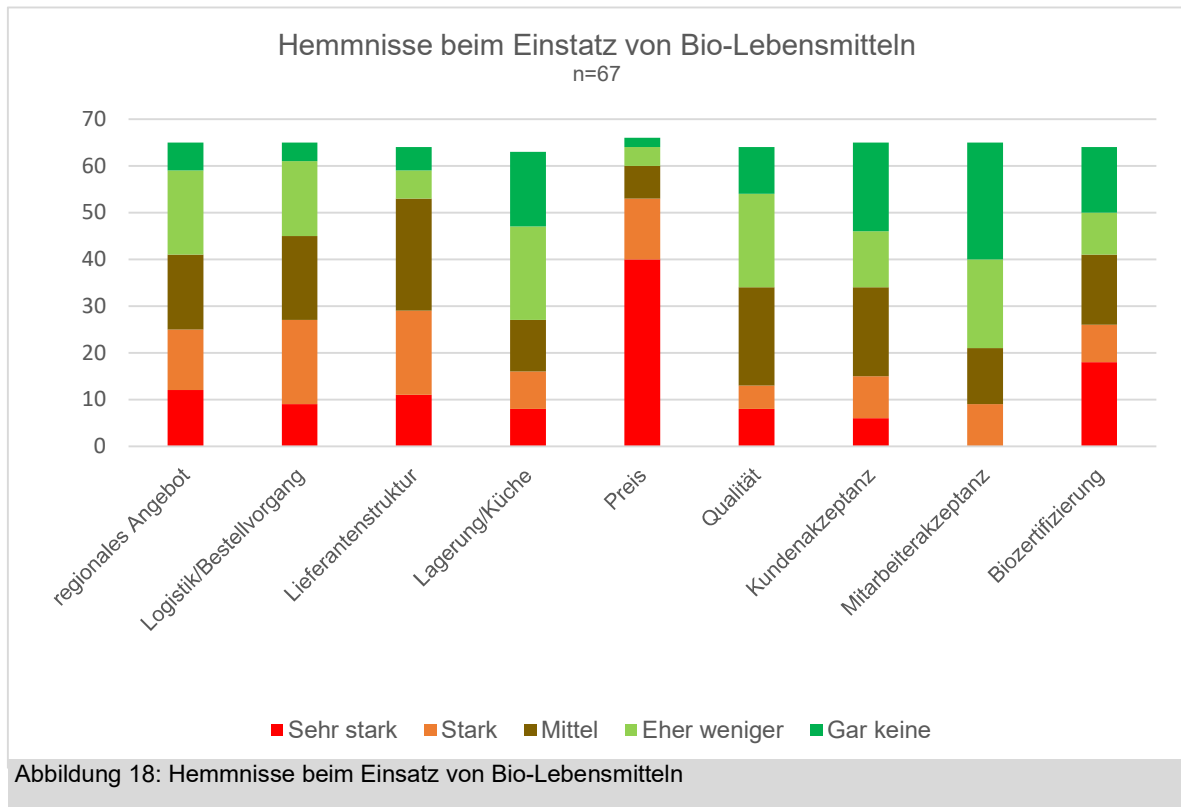
Ebenso stellen die Verfügbarkeit regionaler Bio-Ware, das Angebot, die Lieferantenstruktur bzw. die Logistik einen nennenswerten Hinderungsgrund dar.

Die Mitarbeiter- und Kundenakzeptanz gegenüber Bio scheint vorwiegend gut zu sein.

Dieses Ergebnis wird noch deutlicher bei der offenen Texteingabe zur Frage nach spezifischen Hemmnissen.

Preis:

„Bei der Kita- und Schulverpflegung wurden die Biogerichte in den Ausschreibungen immer aus preislichen Gründen abgewählt. Die Eltern wollen schon Bio und ökologisch, aber kosten soll es nichts. Hier ist die Politik gefragt. Wäre das Essen in Kindereinrichtungen und Schulen zu 100 % gefördert, würde nur noch die Qualität des Essens, der Zubereitung etc. in Ausschreibungen relevant sein.“ (Cateringunternehmen Betriebskantine, Kinder- und Schulverpflegung, Care- Bereich)



„Der Preis ist für mich die einzige Hemmschwelle, man wird unattraktiv bei zu hohem Preis“ (Cateringunternehmen Betriebskantine).

Kundenakzeptanz:

*„Die Gäste sind sich bewusst, dass biologisch hergestellte Speisen nachhaltiger sind. Jedoch fehlt die Bereitschaft, den höheren Preis zu zahlen. Mit biologischen/ökologischen Lebensmitteln ist es kaum möglich, die schlechten Essgewohnheiten (viel Fleisch, Fastfood, Nudeln) der Gäste abzudecken. Fehlende Lebensmittel, die saisonal nicht im Sortiment sind, werden vom Kunden gefordert und somit muss ganzjährig ein Angebot gestellt werden, das nicht mit bio/ökol. Produkten gedeckt wird. Regionale Bio-Anbieter sind ganzjährig verfügbar. Biozertifizierungen sind nicht möglich, da Lager in der Gemeinschaftsverpflegung zu klein sind, um konventionelle und biologische Lebensmittel getrennt zu lagern.“ (Cateringunternehmen Betriebskantine, Care- Bereich, fordert eine „**Marketingstrategie: Kunde muss den höheren Preis zahlen wollen**“).*

„Abhängigkeit vom Kundenspektrum - wir versorgen vor allem öffentliche Einrichtungen mit vertraglichen Festlegungen“ (Cateringunternehmen, Care-Bereich, Kinder- und Schulverpflegung, Betriebskantinen).

„Preis/ Leistung wird von Kunden NICHT akzeptiert!“ (Küche, Bereich Betriebskantine)

- ➔ Preiswertschätzung und Preise werden mehrfach als Hemmnis erwähnt.
- ➔ Die Kundenakzeptanz sinkt bei zu hohem Preis!

Regionales Angebot:

„Leider keine regionalen Angebote für Gruppenversorgung.“

„In unserer Region (30 km Radius) wenig Anbieter!“

„saisonale Angebote (im Regionalkontext --> "saure Gurkenzeit")“

„In unserer Region oder Liefergebiet wurden noch keine diesbezüglichen Anfragen gestellt“

„Logistikstruktur/ Zertifizierungsstruktur von regionalen Lieferanten unbefriedigend“ (Care-Bereich, Kinder- und Schulverpflegung, Betriebskantinen Cateringunternehmen)

„Regionale Bioprodukte sind in jeder Ausschreibung gefordert. Setzt man sie dann ein und werden sie nicht fast verschenkt, dann werden sie in der Regel auch schlecht verkauft. Besonders problematisch habe ich das in Behördenkantinen empfunden.“ (Cateringunternehmen v.a. Care-Bereich)

Qualität:

„Wir sind der Meinung, dass durch den Einsatz von Bioprodukten kein merklicher qualitativer Vorteil entsteht.“ (Cateringunternehmen im Bereich Kinder- und Schulverpflegung, zeichnet sich laut eigener Beschreibung durch eine „hohe Qualität der Speisen aus“, benötigt keine weitere Unterstützung, verwendet keine Bio-Produkte, kein Interesse an Biozertifizierung, Nachhaltigkeitszertifizierung, sieht starke Hemmnisse beim Preis und der Logistik / Bestellvorgang)

Weitere Hemmnisse:

„Eignung für Gemeinschaftsverpflegung“, „Einhaltung der Wareneinsatzvorgabe“

„Bio ist nicht nötig, gute Regionalität reicht völlig aus.“

Handlungsempfehlungen

Die größte Unterstützung wäre laut der Angaben der Befragten, ein ermäßigter Mehrwertsteuersatz in der Gemeinschaftsverpflegung. Dies entspricht der Datenlage, laut derer das größte Hindernis zur Einführung von bioregionalen Lebensmitteln der Preis sei. Dieser ist ebenfalls hinsichtlich der Kundenakzeptanz ein starkes Einflusskriterium, wie sich auch in den qualitativen Angaben in der Kategorie „Sonstiges“ zeigt:

„Cateringbetriebe nach Ausschreibung nicht allein lassen = beratend/ begleitende Experten bzw. Vermittler (richtungsweisend)“

„Marketingstrategie: Kunde muss den höheren Preis zahlen wollen.“

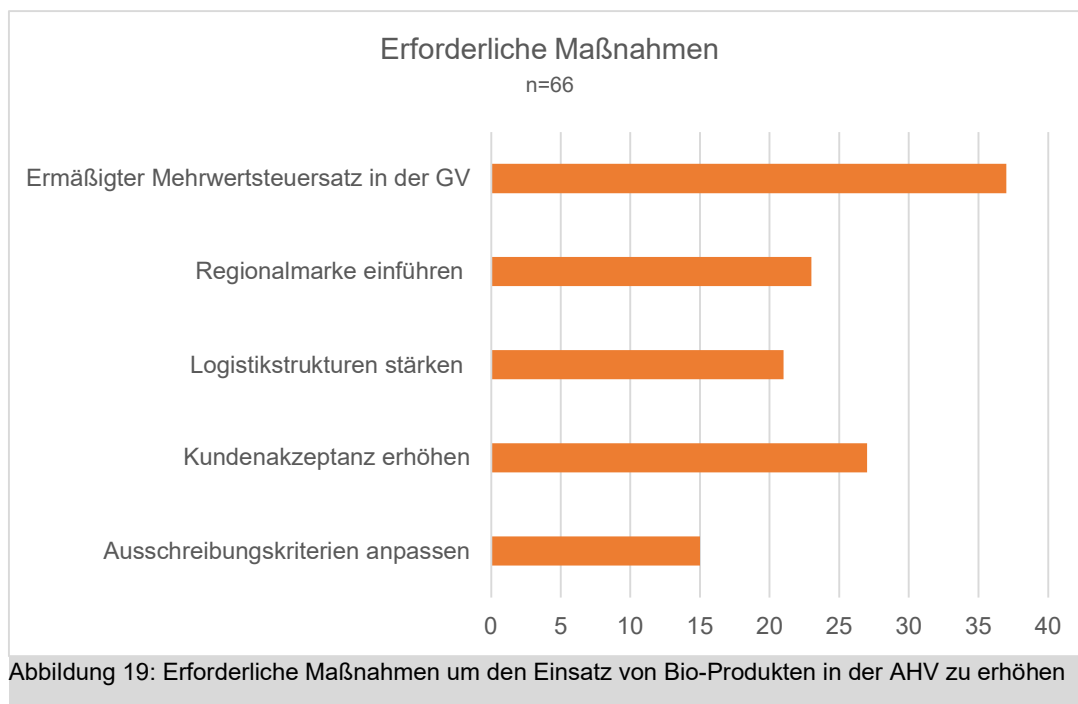
„regionale Lieferanten“, „Kostenstruktur - wir derzeit vom Kostenträger nicht finanziert“

„PREISE SENKEN“

„Bio ist nicht das Allheilmittel!!! Im Vordergrund sollte stehen, dass Küchen und Cateringbetriebe wieder beginnen, die einzelnen Komponenten auf den Teller ihrer Kunden frisch herzustellen und nicht zu den faulen Fertigkomponenten zu greifen. Das wäre ein erster Schritt.“

„Den Eltern im Kindergarten vermitteln, dass Bio-Qualität nicht für 2,40 € pro Mittagessen zu haben ist.“

„Die Institutionen müssen bereit sein, mehr Geld auszugeben.“



Einschränkend muss hier allerdings gesagt werden, dass eine generelle Reduktion des Mehrwertsteuersatzes keinen Effekt hinsichtlich eines vermehrten Einsatzes von regionalen Bio-Lebensmitteln hätte.

Aus den genannten Angaben lassen sich folgende Wünsche für Handlungsempfehlungen ableiten:

- mehr Zuschüsse in der GV, um Betrieben zu ermöglichen, mit Bioprodukten dem Preisdruck standzuhalten;
- eine höhere Kundenakzeptanz auch bei höherpreisigen Gerichten (Aufklärungs- und Bildungsarbeit z.B. in Schulen und Kindergärten);
- ein größeres bio-regionales Angebot, das auch für die Gemeinschaftsverpflegung ausreichend ist und
- eine direkte Zusammenarbeit mit den Produzenten.

Hier sind weitere Zitate zu „Wünschen und Anmerkungen für zukünftige Handlungsempfehlungen“ aufgelistet:

„Ich wünsche mir: Mein Team leistet jeden Tag tolle Arbeit, wir arbeiten mit frischen Produkten und entwickeln immer wieder neue Rezepturen ABER nur wenige Menschen sind bereit, den Preis dafür zu zahlen. Ein BIO Menü für 3,00€ - soll das die Realität und Wertschätzung abbilden?? Ich würde mir Zuschüsse für die Betriebe wünschen, die noch wirkliche Handarbeit in der Küche leisten!!“

„Uns sind ganz konkret Preisgrenzen gesetzt:

Im Pflegebereich pro Bewohner und Tag komplett incl. Getränke 4,50 €.

In der Mittagsversorgung Kindergärten aktueller Portionspreis 2,20 € (Akzeptanz der Eltern für höhere Preise fehlt fast völlig).“

„Wir müssen vermehrt in die Ausbildung investieren. Die Geschmacksschulung der Menschen muss verbessert werden und Saisonalität muss wieder gelebt werden.“

„Wir würden uns wünschen, dass es im Umkreis von Dresden mehr Produzenten (Landwirte, Verarbeiter) von Bio-Lebensmitteln gibt. Die produzierten Mengen sollten so groß sein, dass sie auch für die Gemeinschaftsverpflegung eingesetzt werden können. Denkbar ist hier auch die unmittelbare Zusammenarbeit, in dem zum Beispiel die Speisepläne auf das Angebot ausgerichtet werden. Außerdem wünschen wir uns mehr Aufklärung und Bildungsarbeit in den Schulen und Kindergärten, vor allem auch für die Pädagogen und Pädagoginnen, damit das Wissen den Anbau und die Zubereitung von Lebensmitteln und damit die Wertschätzung für gesundes, nachhaltiges Essen wieder steigt.“

Handlungsempfehlungen

Anhand der Befragungen zeigt sich, dass der Großteil der Lebensmittel, die in der AHV verwendet werden, konventionell bezogen wird, am meisten vom konventionellen Großhandel. Zwar geben 68% der Befragten an, auch Bio-Produkte einzusetzen, aber der Großteil setzt diese nur sporadisch (z.B. in Aktionstagen) ein. Deshalb lassen sich aus der Umfrage keine geldwerten oder mengenmäßigen Prozentsätze im Speiseplan ableiten. Da nur wenige der befragten Küchen / Caterer bio-zertifiziert sind, muss davon ausgegangen werden, dass oftmals Bio-Produkte ohne Auslobung als solche zum Einsatz kommen bzw. eine Auslobung (z.B. an Aktionstagen) stattfindet ohne dass die Betriebe deswegen ins Kontrollverfahren gehen, obwohl sie dies nach derzeit geltendem deutschen Recht müssten.

Weiterhin wird deutlich, dass die Ökokontrolle bzw. Biozertifizierung sowohl für die Küchen als auch für die Lieferanten bei geringem Angebot bzw. Nachfrage ein Hindernis darstellen.

Verhältnismäßig oft eingesetzte Bio-Lebensmittel im Außer-Haus-Markt in Sachsen scheinen Obst, Gemüse, Backwaren und Kartoffeln zu sein. Brot- und Backwaren werden zu einem großen Teil (auch konventionell) aus der Region bezogen. Eier, Milch und Molkereiprodukte sowie Fleisch und Wurstwaren werden zwar oft regional, aber überwiegend konventionell bezogen.

Um die Nachfrage auch für andere Produktgruppen zu steigern, könnte ein Schnittstellenmanagement, das regionale Anbieter mit Küchen verknüpft, hilfreich sein. Dazu müssen Passfähigkeit und Verzahnung zwischen der Größe der Küchen und der Lieferanten garantiert sein. So hat beispielsweise eine Kindergartenküche andere Anforderungen (z.B. an Liefermengen) als ein Studierendenwerk.

Zur Minimierung von preislichen Differenzen zwischen der Verwendung von konventionellen und ökologischen Produkten könnten verstärkte Beratungs- und Schulungsangebote für Küchen hinsichtlich der Optimierung des Speisenangebots und Lebensmittelauswahl hilfreich sein. Ein verstärkter Einsatz von saisonalen Angeboten und die Verwendung von kleineren Fleischportionen könnten hier beispielsweise richtungsweisend sein. Auch eine Verschlan-
kung der Anzahl täglicher Menüs (Wahlessen) von jetzt im Durchschnitt 2,85 auf nahe 2 hätte da einen positiven Kosteneffekt.

Dazu zählen auch Beratungsangebote, die sich an die Kund*innen der Küchen richten. In der Onlineumfrage wurde deutlich, dass auch die Kundenakzeptanz hinsichtlich der Mehrkosten von Bioprodukten und des Einsatzes von Produkten außerhalb der Saison eine Rolle spielen (s. S. 18). In einigen Betrieben wurden Bioprodukte verstärkt auf Wunsch von Kund*innen eingesetzt. Somit sollten auch Kantinenbesucher*innen in Aufklärungsarbeit und Schulungen

einbezogen werden. Als ermutigendes Best-Practise-Beispiel sei hier an die aufgeführten Beispiele aus der Kinder- und Schulverpflegung verwiesen (S. 15). Ein Caterer lässt Elternvertreter an der Erarbeitung eines Ernährungskonzeptes mitwirken, ein weiterer nimmt an Ganztagsangeboten der Schule zu Ernährungsthemen aktiv teil. Eine Verzahnung der Bildungsangebote in Schulen mit Speiseplangestaltung bis hin zu regionalen Lieferanten und Erzeugern scheint ein wirksamer Ansatz zur Veränderung hin zu mehr regionalen Bio-Produkten zu sein.

Das Mittagessen ist bei den Befragten Küchen und Caterern die am häufigsten genannte Verpflegungsoption, aber Frühstück und Zwischenmahlzeiten spielen ebenso in erheblichem Umfang eine Rolle in der Außer-Haus-Verpflegung. Hier können insbesondere Frischprodukte (Obst & Gemüse) von regionalen Direktvermarktern verwendet werden. In der Kinder- und Schulverpflegung können Aktions-Tage oder –Wochen mit saisonalem Angebot und passenden Bildungsmaßnahmen mit Eltern- und Pädagogen gemeinsam mit den Küchenbetreibern umgesetzt werden.

Auch zeigt sich in der Befragung deutlich, dass insbesondere die Kinder- und Schulverpflegung sowie Betriebskantinen dem Thema Bio aufgeschlossen gegenüberstehen. Generell werden bei Küchen, die nicht vorverarbeitetes Obst und Gemüse verwenden können, besonders gute Chancen gesehen, regionale Bio-Produkte von Direktvermarktern in die Speiseplanung aufzunehmen.

Bezüglich der Rahmenbedingungen wird die Bio-Zertifizierung als Hemmschuh erlebt und der Wunsch nach Förderung geäußert.

Bei Analyse und Vergleich der in Sachsen durchgeführten Befragung mit anderen Projekten, staatlichen Programmen und Studien ergeben sich für Handlungsempfehlungen deutliche Gemeinsamkeiten.

Zur besseren Einordnung der Relevanz für staatliche und private Akteure sollen sie in 4 Handlungsfelder kategorisiert werden.

Handlungsfelder für Aktivitäten:

- **Kommunikation /Aufklärung / Bildung**

Als Hemmnis für einen vermehrten Einsatz bio-regionaler Lebensmittel wird in verschiedenen Studien auf eine zu geringe aktive Gästenachfrage verwiesen (Netzwerk deutscher Biostädte, 2017; FibL 2016; Hertling 2014). Bisher ist ein eher geringes Bio-Angebot gegeben – beim Konsumenten ist Aufgeschlossenheit dafür vorhanden, das sich noch nicht im tatsächlichen Kaufverhalten wiederfindet. Ein Großteil der durch das Ökobarometer Befragten (1004 Personen gesamt) ist gegenüber Bio-Gerichten aufgeschlossen und würde auch einen Mehrpreis bis € 2,00 dafür bezahlen, wobei die Zahlungsbereitschaft bei aktuellen Kantinennutzer/innen mit einer angegebenen Spanne von € 1,00 – 1,50 geringer ausfällt (BMEL 2017).

Wie sich auch bei der Befragung der sächsischen Küchen zeigt, ist das Thema bio-regionaler Produkte in der AHV von untergeordneter Bedeutung und wird in der Öffentlichkeit von anderen Themen wie regional, fair, Tierwohl und Klimaschutz überlagert, was sich auch in Studien so wiederfindet.

Durch entsprechende Verbraucheraufklärung, Bildungsmaßnahmen und Veranstaltungen zum Thema Bio-Regional kann hier positiv eingewirkt werden. Dies wird auch in verschiedenen untersuchten Studien und weiteren Publikationen deutlich (SÖL, FibL 2020; FibL, EcoZept 2019; Greiner 2019; Hertling 2014).

Eine Kommunikationsstrategie könnte auch zur Etablierung einer Regionalmarke weiterentwickelt werden, die durch entsprechende Öffentlichkeitsarbeit eingeführt und beworben wird. Allerdings kann dies nur dann empfohlen werden, wenn dem ein Geschäftsmodell zu Grunde liegt und die unten weiter ausgeführten Handlungsfelder mit bearbeitet werden. Ein bloßes Überstülpen einer Marke mit Logo wird keinen nachhaltigen Wert entwickeln können! Eine Regionalmarke kann nur dann glaubwürdig am Markt platziert werden, wenn klare und überprüfbare Kriterien und Definitionen zu Grunde liegen und der Konsument eine Geschichte und Gesichter damit in Verbindung bringen kann (z.B. „Unser Land“ im Großraum München).

Eine fehlende Transparenz zur Herkunft der Bio-Lebensmittel stellt ein weiteres Hemmnis dar (FibL 2016). Entsprechend müssen geeignete Maßnahmen in der Kommunikation und Auslobung von bio-regionalen Produkten, insbesondere bei verarbeiteten Mischprodukten, entwickelt und umgesetzt werden.

Auf Ebene der Bundesländer sollten Angebote der Vernetzungsstellen für Kita- und Schulverpflegung (Handungsleitfäden, Checklisten zur Beschaffung, Musterausschreibungen, Qualitätsmanagement, Netzwerkstreffen) bekannter gemacht werden (BMEL 2018).

Informationen zu bio-regionalen Produkten, nachhaltigen Lieferketten und zeitgemäße Speiseplangestaltung sollten als fester Bestandteil in die Lehrpläne von berufsbildenden Schulen und Fachakademien für Hauswirtschaft aufgenommen werden (FibL 2016).

• **Stärkung der Lieferketten – Verarbeitung / Logistik**

Beim Einsatz von regionalen Bio-Produkten wird auf den in aller Regel höheren Beschaffungsaufwand verwiesen (Netzwerk deutscher Biostädte 2017). Ein genannter Ansatz zur Besserung dieses Hemmnisses ist die Beratung der Küchen (siehe auch nächster Punkt) bei der Beschaffung von Bio-Lebensmitteln (FibL 2018). Aber auch die Förderung der Vernetzung zwischen Gemeinschaftsverpflegern und Bio-Direktvermarktern sollte aktiv unterstützt werden, damit nicht nur Angebot und Nachfrage zusammenfinden, sondern auch miteinander Fragen der Qualität, Gebindegröße, Vorverarbeitungsgrad, etc. besprochen werden können. Hier unterstützt die Initiative des Bundes „BioBitte: Mehr bio in öffentlichen Küchen“ (BLE 2020). Plattformen (z.B. Plattform www.wirt-sucht-bauer.de) könnten auch eine gewisse Rolle spielen, reichen aber sicher nicht aus, da ebenso wie bei der Etablierung einer Regionalmarke ein unternehmerischer Ansatz mit Auftragsabwicklung und Logistikstrukturen zwingend dazu gehören.

Häufiger genannt werden fehlende Lieferstrukturen. Die AHV benötigt ein marktgerechtes Angebot in Form von vorverarbeiteten Produkten wie z.B. geschälten Kartoffeln oder vorgegarte Produkte, aber auch Waschen und Schneiden von Karotten und Salaten (SÖL, FibL, 2020). Bemängelt werden wenig großverbrauchertauglich verarbeitete Produkte und Gebinde bei den Lieferanten (FibL 2016). Auch bei einer Expertenumfrage bei Bio-Großhändlern (Patrick Teuber, Vertrieb Gastronomie und GV bei Rinklin Naturkost GmbH) wird deutlich, dass ein kontinuierlicher Ausbau der Großgebinde, der auch für die Unverpackt-Läden attraktiv ist, für die Gemeinschaftsverpflegung von großer Bedeutung ist (Greiner 2019).

Dieser Mangel beim Warenangebot und den Anbietern plus der fehlende Verarbeitungsgrad bio-regionaler Ware (FibL 2016), also Lücken in den Lieferketten, muss als wesentlicher Hemmschuh einer Steigerung des regionalen Bio-Anteils auch in Sachsen benannt und verbessert werden!

Das Zitat von Alexander Seyboth (Naturkost Erfurt) „Da braucht es professionelle Verarbeiter als Ebene zwischen Produzenten und Handel. Hier klaffen in Ostdeutschland noch häufig Wunsch und Wirklichkeit auseinander“ (Greiner A., 2019) unterstreicht dies eindrücklich.

Eine Handlungsempfehlung dazu ist die staatliche Förderung (Investitionsförderung, Start-Up Förderung) von regionaler Verarbeitung und Vermarktung sowie Bündelungsstrukturen, z.B. Erzeugergemeinschaften in Ökomodellregionen in Bayern und Bio-Musterregionen in Baden-Württemberg (SÖL, FibL, 2020). Aber auch eine Unterstützung bei der Optimierung von Ökowertschöpfungsketten durch die Bereitstellung finanzieller Ressourcen für Koordinierung und Beratung der jeweiligen Akteure („Wertschöpfungskettenmanagement“) zur Minimierung von Wachstumsbremsen in Verarbeitung und Vermarktung sind sehr willkommen (FibL, EcoZept, 2019). Nur bei Einbeziehung aller Akteure der Lieferketten kann eine Erhöhung des regionalen und biologischen Produktangebots erreicht werden. Dies schließt Händler und Logistiker mit ein (FibL 2018).

- **Beratung Küchen**

Ein häufig genanntes Hemmnis ist der **höhere Preis für Bio-Produkte** (Netzwerk deutscher Biostädte 2017; FibL 2016; Hertling 2014). Dies spiegelt sich auch in den Ergebnissen der Küchenbefragung wider (vgl. S. 25). Dies ist natürlich auch Thema in der Verbraucheraufklärung und allgemein für die Öffentlichkeitsarbeit. Durch eine intensive und auf Dauer angelegte **Beratung / Coaching** der Küchen (wie z.B. in Kopenhagen und Berlin), den Entscheidungsträgern und Ausführenden sowie **Mitarbeiterschulungen** können hier Kosten eingespart werden. Auch kann eine Steigerung des Bio-Anteils auf 30 Prozent in einer Großküche ohne wesentlich höhere Kosten erreicht werden, wenn die Fleischportionen um 2 bis 3 Dekagramm verkleinert werden und Gemüse und Obst nach der saisonalen Verfügbarkeit bei der Speiseplangestaltung Berücksichtigung finden. (Holler 2001). Laut einer Untersuchung führt ein 20 Prozent Bioanteil – entsprechend den Nachhaltigkeitszielen der Bundesregierung – zu einer nur geringen Preissteigerung im einstelligen Cent-Bereich pro Mahlzeit. (BMEL 2018). Bei höheren Bio-Anteilen, wie in Kopenhagen geschehen und für Berlin anvisiert, spielen innerbetriebliche Optimierungen, frische und saisonale Küche, Abfallvermeidung, Menüplangestaltung aber auch Skaleneffekte (größere Betriebe bzw. gebündelter Einkauf und Belieferung) eine wichtige Rolle, solange die Konsumenten nicht bereit sind, höhere Preise zu bezahlen. Um höhere Preise durchsetzen zu können, bedarf es noch mehr Informations- und Aufklärungsarbeit beim Konsumenten sowie geeigneter Förderung für ökonomisch schwächer ausgestellte Bevölkerungsteile. Ein gänzlich und für Alle kostenfreies Schulessen, wie in Berlin umgesetzt, dürfte einer größeren Wertschätzung und Bereitschaft, angemessene Preise für Lebensmittel und AHV zu zahlen, jedoch zuwiderlaufen.

- **Rahmenbedingungen / Förderinstrumente**

Der Staat soll eine Vorbildwirkung haben / wahrnehmen (SÖL, FibL 2020; Netzwerk deutscher Biostädte 2017). Dieses kann in landeseigenen Einrichtungen und Betrieben durch Festlegung von Mindestanteilen bio-regionaler Produkte umgesetzt werden und beschränkt sich nicht nur auf Einrichtungen der Außer-Haus-Verpflegung. So wurde z.B. die Staatsbrauerei in Baden-Württemberg zu einem Mindestanteil von 30% Öko-Braugerste verpflichtet. Bei Neuausschreibungen für Dienstleister und Betriebe der Außer-Haus-Verpflegung können hier das Land und die Kommunen für einen vermehrten Einsatz von regionalen Bio-Produkten durch entsprechende Vorgaben sorgen.

Die derzeitige Umsetzung der **Bio-Zertifizierung** in der AHV in Deutschland wird teilweise als unklar, unflexibel und aufwändig eingeschätzt (SÖL, FibL 2020; Niessen et al. 2011; Schlatzer et al. 2017). Zwar wird eine Bio-Zertifizierung überwiegend als hilfreich für das Ansehen, Vertrauen und Image der Betriebe gesehen, aber sehr wenige haben es. Etwa 40% der Betriebe streben keine Zertifizierung an, obwohl in 60% der befragten Betriebe Bio-Produkte eingesetzt

werden, da die Zertifizierung mit Kosten und Aufwand verbunden ist (Buxel, Balsing 2009). Dies deckt sich in etwa mit dem Ergebnis unserer Befragung in Sachsen, bei der 35 % der Küchen kein Interesse an einer Bio-Zertifizierung äußern. Gleichwohl haben 68 % der Befragten schon einmal Bio-Produkte verwendet, wenn auch nur punktuell.

Hier ist Aufklärungsarbeit und Beratung für Küchen nötig (SÖL, FibL, 2020).

Eine Anpassung des deutschen **Ökolandbaugesetzes (ÖLG)** wird derzeit im Rahmen einer durch das BÖLN geförderten Studie untersucht und Vorschläge dazu erarbeitet.

Auch könnte überlegt werden, umstellungswilligen Betrieben der AHV diesen Schritt mit einer zeitlich begrenzten Förderung zu erleichtern.

Das **Netzwerk deutscher Biostädte** hat die folgenden notwendigen Schritte in Politik und Verwaltung im Jahr 2017 formuliert. Diese sollten in einem zyklischen Prozess (Plan – Do – Check – Act) angelegt sein, „der sich von der Planung über die Durchführung, die Erfolgskontrolle und schließlich die Ableitung von Schlussfolgerungen für zukünftige Beschaffungsvorgänge immer wiederholt“ (S. 34 ff):

- Zunächst sollte eine gründliche Bestandsaufnahme erfolgen. „Wo und in welchem Rahmen werden bereits bio-regionale Produkte eingesetzt? Geschieht dies systematisch oder lediglich punktuell? Wer ist für die Beschaffung zuständig? Wer muss in Hinblick auf Änderungen im Beschaffungsvorgang einbezogen und informiert werden? Wie und wann müssen diese Informationen fließen?“ (S. 34 ff)
- Es sollten klare Zielvorgaben formuliert werden mit einer Zeitachse statt „schwammiger“ Formulierungen.
- Die Zuständigkeiten müssen benannt werden sowie ausreichende personelle und finanzielle Ressourcen bereitgestellt werden. Eine Mitnahme aller relevanten Beteiligten ist essentiell.
- Leitfäden, Produktwegweiser und Handlungsempfehlungen müssen erarbeitet und angeboten werden (z.B. Musterausschreibungen). Weitere Informationen sind über folgenden Link verfügbar: www.nachhaltige-Beschaffung.info
- Eine Überprüfung der Ziele (Erfolgskontrolle) mit Hilfe geeigneter Kennzahlen ist notwendig.

Wie auch im nächsten Kapitel näher ausgeführt, werden **Ökomodellregionen** zur Entwicklung regionaler Lieferketten und dem verstärkten Einsatz bio-regionaler Produkte als sehr hilfreich erlebt. Eine verstärkte Zusammenarbeit hierzu zwischen Land und interessierten Kommunen, aber auch Akteuren der Zivilgesellschaft und Wirtschaft ist dazu vonnöten und sollte deshalb befördert werden.

Beispielhafte Konzepte zur Förderung des Einsatzes regionaler Bio-Produkte in der AHV

Exemplarisch sollen 3 Beispiele aus Bayern, Baden-Württemberg und Berlin näher vorgestellt werden sowie Strategien anderer europäischer Länder, um mögliche Ansatzpunkte und staatliche Programme anschaulich zu machen:

National

Bayern:

Die bayerische Landesregierung hat 2012 das Landesprogramm "BioRegio Bayern 2020" auf den Weg gebracht. Sie unterstützt damit die Erzeugung von Bio-Produkten in Bayern mit dem Ziel, die Produktion von Bio-Produkten bis zum Jahr 2020 zu verdoppeln und setzt unter anderem folgende Impulse in Richtung Gemeinschaftsverpflegung (StMELF 2017):

- Entwicklung von Leitlinien für die Betriebsgastronomie, die Schul-, Kita- und Seniorenverpflegung
- 8 Fachzentren für Ernährung und Gemeinschaftsverpflegung bieten Tagungen, Workshops und Coachings zu diesen Leitlinien an
- Informationskampagne für Verpflegungsverantwortliche über ein gesundes und nachhaltiges Verpflegungsangebot
- Finanzielle Unterstützung von Öko-Modellregionen, diese bieten zusätzlich Kochworkshops mit BioRegio-Coachings an, und dienen der Vernetzung zwischen Erzeugerinnen und Erzeuger und Großverbraucherinnen und -verbraucher
- Schaffung einer Projektstelle für bio-regionale Ernährung am Kompetenzzentrum für Ernährung in Kulmbach
- Organisation jährlicher "Bio-Foren" für Großküchen, die einen höheren Anteil ökologisch erzeugter Lebensmittel einsetzen möchten
- Internetplattform "Wirt sucht Bauer"

Im neuen Landesprogramm „BioRegio 2030“ soll der Anteil der ökologisch bewirtschafteten Fläche in Bayern bis zum Jahr 2030 auf 30 Prozent steigen. Das neue Landesprogramm baut auf dem erfolgreichen Landesprogramm „BioRegio Bayern 2020“ auf, legt nun aber den Schwerpunkt vor allem auf die konstante Weiterentwicklung des Markts und eine deutliche Steigerung von Nachfrage und Absatz heimischer Öko-Produkte. Im Bereich der Außer-Haus-Verpflegung setzt das neue Landesprogramm auf folgende Schwerpunkte:

- Als zentrale Pioniermärkte für die Verwendung von Öko-Produkten aus Bayern werden die staatlichen Kantinen dienen. Dort wird ein Anteil von 50 Prozent an regionalen und Bio-Lebensmitteln angestrebt. Außerdem soll auch die sonstige Außer-Haus-Verpflegung künftig verstärkt auf Bio setzen.
- Die Ökomodellregionen werden ausgebaut und weitere regionale Initiativen unterstützt. So soll das Engagement aller Beteiligten und das Bewusstsein der Bürger in den einzelnen Regionen für die Öko-Produktion gefördert werden.
- Das Bayerische Biosiegel soll noch stärker auf dem Markt etabliert und beim Verbraucher bekannt gemacht werden. An ihm erkennt der Verbraucher schnell und verlässlich Öko-Produkte mit garantiert bayerischer Herkunft.
- Die erfolgreichen Bio-Erlebnistage sollen auch künftig der Bevölkerung den Mehrwert der Öko-Lebensmittel näherbringen.
- Der ökologische Landbau sowie die Verarbeitung von Öko-Lebensmitteln soll in allen Bereichen der schulischen und beruflichen Ausbildung – in den sogenannten Grünen Berufen ebenso wie im Lebensmittelhandwerk und der ganzen Ernährungsbranche –

fest etabliert werden. Damit soll der heranwachsenden Generation das notwendige Wissen über die Öko-Produktion vermittelt werden. (Bayerische Staatskanzlei 2019)

Baden-Württemberg:

Baden-Württemberg hat eine landesweite **Ernährungsstrategie** entwickelt. Schwerpunktthemen der Strategie liegen im Bereich der Ernährungsbildung, der Außer-Haus-Verpflegung und der Förderung von regionalen Wertschöpfungsketten.

Die Förderung einer gesunden und nachhaltigen Ernährung wird damit zu einer Aufgabe der ganzen Landesregierung. Sie soll sowohl in der **Bildungs- und Wirtschaftspolitik** sowie in der **Familien-, Umwelt- und Sozialpolitik** ausreichend Beachtung finden. Nur über die Verankerung als **Querschnittsthema** in allen tangierten Politikfeldern kann eine Verbesserung der Ernährungssituation der Menschen in Baden-Württemberg erreicht werden (MLR, 2017).

Das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz fungiert als zentrale Koordinierungsstelle seit November 2017. Zur Unterstützung wurde an der Landesanstalt für Entwicklung der Landwirtschaft und ländlichen Räume (LEL) ein „**Landeszentrum für Ernährung**“ eingerichtet. Das Landeszentrum für Ernährung als zentrale Maßnahme der Ernährungsstrategie wurde im Frühjahr 2019 offiziell eröffnet. Es begleitet unter anderem Modellprojekte zur Verbesserung der Gemeinschaftsverpflegung in Hochschulmensen, Kliniken und öffentlichen Kantinen. „In den letzten zwei Jahren ist schon viel erreicht worden. Unsere Landeskantinen sind Vorbild für unser Verständnis von gutem Essen mit frischen, regionalen, ausgewogenen Speisen“, sagte der Minister für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz, Peter Hauk MdL (MLR, 2020).

„Weitere Schwerpunkte liegen in den Bereichen Seniorenernährung und Essensangebote in Pflegeheimen sowie der Zertifizierung von ernährungsbewussten Kitas und der Qualifizierung von Kitafachkräften im Bereich Ernährungsbildung. In den **Bio-Musterregionen** des Landes soll in **Leuchtturmprojekten** der Anteil von regionalen Bio-Lebensmitteln in der Gemeinschaftsverpflegung deutlich erhöht werden. Aktuell findet die Veranstaltungsreihe ‚Schaufenster Ernährungsbildung‘ in verschiedenen Regionen Baden-Württembergs statt, bei der sich alle interessierten, gesellschaftlichen Akteure im Bereich Ernährung vernetzen und Kooperationen ausloten können.“ (MLR, 2020).

Die weitere Umsetzung der Ernährungsstrategie im Doppelhaushalt 2020/2021 wurde mit zusätzlichen drei Millionen Euro bewilligt.

Berlin

Berlin als Stadtstaat im Vergleich zu Flächenländern hat eine andere Struktur und Entscheidungsebenen z.B. für die Schulen in städtischer Trägerschaft. Damit ist das hier aufgeführte sehr ambitionierte Programm im Bereich der AHV nicht eins zu eins auf das Land Sachsen übertragbar, wie auch das Kopenhagener Modell mit 90 % Bio-Anteil in öffentlichen Kantinen. Gleichwohl können Elemente beider Modelle als Anregung zur Konzeptionierung eines Landesprogramms in Sachsen dienen.

Kern- und Ausgangspunkt in Berlin ist eine **Ernährungsstrategie** mit Maßnahmen zur Verbesserung des regionalen Bio-Wareneinsatz in der AHV (Berliner Senat, 2019). Als Zielvorgaben sind **50 % Bio in der Grundschulverpflegung bis 2021** formuliert. Die Ernährungsstrategie umfasst insgesamt 8 Themenschwerpunkte. Kernziel der Ernährungsstrategie ist die Qualitätsverbesserung der Gemeinschaftsverpflegung.

Über das Berliner Ausschreibungs- und Vergabegesetz (BerlAVG) werden verbindliche Regelungen zu sozialen und ökologischen Kriterien an Auftragnehmer gestellt (BerlAVG, § 7).

Nachhaltigkeitskriterien über die gesamte Lieferkette werden von einem Expertengremium erarbeitet und ebenfalls in die Beschaffungsanforderungen einfließen wie Empfehlungen zur Abfallvermeidung und Recycling von Speiseresten.

Der Aufbau einer „Kantine Zukunft Berlin“ ist ein wesentlicher Baustein der Ernährungsstrategie.

Ein Konzept zur **intensiven Begleitung** der Kantinen wurde erarbeitet und in einer Ausschreibung zur „Kantine Zukunft Berlin“ auf den Weg gebracht. Das Konzept ähnelt dem Kopenhagener Modell und startet mit 5 Beispielbetrieben. Als erstes erfolgt eine Bestandsaufnahme in den Küchen, darauf aufbauend wird eine individuelle Konzeptentwicklung erarbeitet. Die Umsetzung beinhaltet einen Schulungsblock und weiterführende Betreuung über ein halbes Jahr. Auch soll ein Verfahren zur Etablierung von transparenten Qualitätsstandards nach dänischem Modell (Bio Cuisine Logo in Gold, Silber und Bronze, je nach Bioanteil) entwickelt und eingeführt werden und der Bioanteil in den Grundschulen schrittweise auf 50 % angehoben werden. Begleitet wird dies auch mit einer Aufklärungskampagne für die Konsumenten (Kantine Zukunft, 2020).

International

Dänemark

Politik und Gesellschaft haben eine Verdoppelung des Anteils ökologisch bewirtschafteter Fläche von 2007 bis 2020 erreicht. Der Staat hat eine Quote von **60 Prozent Bioprodukten** in öffentlichen Küchen und eine Anzahl von 6000 bio-zertifizierten Küchen bis zum Jahr 2020 festgelegt. Von staatlicher Seite wurde ein umfangreiches finanzielles Budget zur Verfügung gestellt: Für verschiedenste Werbematerialien, Umstellungsberatungen, Schulungen und für die Entwicklung eines eigenen gastronomischen Biosiegels in Gold, Silber und Bronze. Die Ziele, Maßnahmenpakete und das zur Verfügung stehende Budget sind im staatlichen **Aktionsplan zum ökologischen Landbau** klar definiert (Krämer, Roehl 2018).

Frankreich

Bereits im Jahr 2008 hat die französische Regierung das Ziel formuliert, in öffentlichen Kantinen einen **Bio-Anteil von 20 Prozent** erreichen zu wollen. Im April 2018 beschloss die Nationalversammlung, dass in der öffentlichen Gemeinschaftsverpflegung bis zum Jahr 2022 mindestens 20 Prozent Biolebensmittel eingesetzt werden müssen. Der französische Senat hat dies Ende Juni 2018 mit überwältigender Mehrheit bestätigt (BLE 2019).

Aktuell liegt der Bio-Anteil bei den etwa elf Millionen Mittagessen in der Gemeinschaftsverpflegung bei rund 2,9 Prozent (FNAB). Vor allem Schulmensen sind Vorreiter, fast acht von zehn Schulen verwenden Biolebensmittel.

Es gibt **4 Merkmale** für die besondere Situation des Bio-Einsatzes im AHV in Frankreich:

1. **Höhere Wertschätzung des Essens:** Allgemein hat das Thema sowohl in der Bevölkerung als auch in Politik und Verwaltung einen höheren Stellenwert als in Deutschland.

2. **Klare Zielsetzung der Politik:** Sowohl auf nationaler Ebene wie auch in vielen Kommunen wurden in den letzten Jahren konkrete Ziele für den Ökolandbau und den Einsatz von Bioprodukten in der Gemeinschaftsverpflegung definiert.
3. **Zentrale Entscheidungswege in der Kommunalpolitik:** In der französischen Verwaltung gibt es klare und direkte Zuständigkeiten und Entscheidungsstrukturen für die öffentliche Gemeinschaftsverpflegung.
4. Ein **Ökoverband bündelt die Aktivitäten:** Mit der FNAB gibt es in Frankreich einen starken und zentralen Akteur, der sich landesweit nicht nur für den Ökolandbau sondern auch für den Einsatz von Bioprodukten in der Außer-Haus-Verpflegung stark macht (BLE 2019)

Österreich (Burgenland)

Im österreichischen Burgenland wurde ein **12 Punkte Plan** „Bioland Burgenland“ der burgenländischen Landesregierung erarbeitet. Dieser enthält u.a. Maßnahmen zur Erhöhung der Bio-Anbaufläche im Land. Um den heimischen Bio-Bauern neue Absatzmärkte zu sichern, gibt es auch verstärkt Maßnahmen im AHV Bereich. So soll in Landes- und landesnahen Küchen und Buffets der Bioanteil sukzessive erhöht werden: 2021 soll er bei 50 Prozent, **2024 bei 100 Prozent** liegen. Auch in Kindergärten und Landesschulen soll die Bio-Quote bis 2021 auf 50 Prozent und bis 2024 auf 100 Prozent gesteigert werden. In Volksschulen soll es eine „Bio-Stunde“ pro Monat geben, um das Ernährungs- und Umweltbewusstsein zu fördern.

In Nord-, Mittel- und Südburgenland werden je eine **Bio-Modellregion** eingerichtet.

FiBL, das Forschungsinstitut für biologischen Landbau, wird ab Juni 2019 alle Maßnahmen wissenschaftlich begleiten. Eine Machbarkeitsstudie zu 100 % Bio im Burgenland soll neue Wege aufzeigen. (Land Burgenland 2020).

Fazit

Im Vergleich der Recherche zu Projekten und Studien mit der Befragung von Küchen in Sachsen lassen sich also einige Überschneidungen bei Hemmnissen und Handlungsempfehlungen feststellen. Diese können in vier Handlungsfelder, wie in den Handlungsempfehlungen ausgeführt, kategorisiert werden:

- **Kommunikation /Aufklärung / Bildung**
- **Stärkung der Lieferketten – Verarbeitung / Logistik**
- **Beratung Küchen**
- **Rahmenbedingungen / Förderinstrumente**

Wichtig dabei ist, diese zusammen zu denken und kohärente und ressortübergreifende Strategien und Programme zu entwickeln.

Deutlich wird aber auch, dass außerhalb Sachsens bereits gute Erfahrungen mit verschiedenen Ansätzen wie Ökomodellregionen, Beratungsmaßnahmen und begleitender Kommunikations- und Vernetzungsaktivitäten gemacht werden. Auch die Bereitschaft und dafür notwendige Kaufkraft der Konsumenten, höhere Preise für höherwertige Produkte zu bezahlen, ist anderswo etwas stärker ausgeprägt. Im nationalen Vergleich ist die Bio-Anbaufläche in Sachsen (und damit verbunden das Angebot und die Vielfalt) noch unter dem bundesdeutschen

Durchschnitt und es bestehen noch Lücken in den Lieferketten für die AHV. Dies ist ein typisches Henne-Ei-Problem: solange keine größere Nachfrage nach (vor-)verarbeiteten regionalen (Bio-)Produkten besteht, ist die Bereitschaft hier zu investieren nicht stark ausgeprägt, was wiederum einer regionalen Verfügbarkeit, Ausweitung und der Attraktivität des Angebots entgegenwirkt.

Die sächsische Landesregierung hat in ihrem Koalitionsvertrag konkrete Zielvereinbarungen formuliert, um durch Fördermaßnahmen zur Besserung dieses Problems beizutragen. Wie im Kapitel „Hintergrund“ (S. 5) ausgeführt, soll ein neues Vergabegesetz verabschiedet werden, das auch Nachhaltigkeitskriterien berücksichtigt und Land als auch Kommunen hilft, ihre Beschaffung neu auszurichten. Verschiedene Förderprogramme für kleine und mittlere Unternehmen sollen Anreize zur Investition in neue Geschäftsmodelle und Digitalisierung bestehender setzen. Regionale und nachhaltige Wertschöpfungsketten und der Öko-Landbau sollen auch durch die Schaffung des neuen Referates „regionale Wertschöpfung und Ökolandbau“ am SMEKUL aktiv gestärkt werden.

Eine sächsische Ernährungsstrategie in Abstimmung mit Akteuren der Zivilgesellschaft und den Kommunen (Bio-Stadt Leipzig, Ernährungsräte Leipzig und Dresden, Vereine und Verbände) kann hier einen wichtigen und hilfreichen Beitrag leisten. Diese Strategie sollte dann auch in allen Aktivitäten der oben genannten Handlungsfelder einfließen.

Teil einer solchen Ernährungsstrategie könnte ein Konzept zur Beratung von Küchen, Mitarbeiterschulungen und damit verbunden eine Aufklärungskampagne für Konsumenten und Mitarbeiter in Küchen, Verwaltung und Bildungsbereich sein.

Ein weiteres Beispiel für ein Hemmnis, das sowohl in der Befragung in Sachsen als auch in ausgewerteten Studien genannt wird, ist das derzeit notwendige Bio-Kontrollverfahren und der damit verbundene Aufwand, der viele Betriebe davon abhält, eine Bio-Zertifizierung anzustreben. Eine Überarbeitung des deutschen Ökolandbaugesetzes zur Zertifizierung von Betrieben der Gemeinschaftsverpflegung ist im Gespräch und Vereinfachungen sowie Kosteneinsparungen für die Betriebe wären auf jeden Fall hilfreich, damit mehr Betriebe ins Bio-Kontrollverfahren gehen und ihre Bio-Speisen ausloben. Da ein Bio-Zertifikat und damit verbundene Bewerbung die Betriebe und ihr Angebot attraktiver machen dürfte, kann davon ausgegangen werden, dass ein mit weniger Aufwand verbundenes Kontrollverfahren helfen wird, die Einführung und den Absatz regionaler Bioprodukte zu stärken.

Generelle Prämisse aller Maßnahmen sollte sein, Strategien und Programme ressortübergreifend abgestimmt über einen längeren Zeitraum und ausreichend finanziert anzulegen. Regionale und lokale Akteure der privaten Wirtschaft (Erzeuger, Verarbeiter, Händler, Küchen / Caterer) und Zivilgesellschaft (Bio-Anbauverbände, Vereine, Ernährungsräte) sollten durch einen Bottom-Up-Ansatz einbezogen, vernetzt und unterstützt werden. Bestehende digitale Plattformen in Sachsen können genutzt und ggfs. neue entwickelt werden, sofern sie ein konkretes Geschäftsmodell mit Bestellung, Logistik und Rechnungsabwicklung anbieten und von den marktwirtschaftlichen Akteuren (mit-)betrieben werden.

Die Schaffung von Öko-Modell-Regionen (Bayern) bzw. Bio-Musterregionen (BaWü) würde einen wichtigen Beitrag leisten zur Schaffung eines größeren Angebots, verbesserter Lieferketten und besserer Bekanntheit und Akzeptanz regionaler Bioprodukte auch in der AHV.

Auf der Grundlage der vorher genannten Maßnahmen und einer erfolgreichen Umsetzung könnte auch eine Regionalmarke mit einer breit angelegten Werbekampagne als Dachmarke eingeführt werden, die eine positive Geschichte gesunder, regional erzeugter Lebensmittel erzählen kann.

Angesichts der drängenden Zukunftsfragen, die durch den Klimawandel, Tierhaltung, Gewässer- und Bodenbelastungen, aber auch durch soziale und ökonomische Verwerfungen nach Antworten in allen Lebensbereichen verlangen, kann (und muss) auch der größer werdenden Aufmerksamkeit und Bedeutung, die die Gemeinschaftsverpflegung in der Öffentlichkeit bekommt, Rechnung getragen werden, indem zukunftsfähige Lösungsansätze unterstützt und erfolgversprechende Geschäftsmodelle ermöglicht werden.

Literaturverzeichnis

Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH (AMI) (2018): Verbraucher-und Marktstudie „Wie regional is(s)t Sachsen?“

A´verdis (2015): Bewertung des Nachhaltigkeitsrankings aus küchenpraktischer Sicht, unter Berücksichtigung bereits bestehender Bewertungsansätze sowie durch Experteninterviews mit Praktikern der Branche (GV-Betriebe, Hersteller, Zulieferer) im Rahmen des Projektes Benchmarking, Kommunikation und Optimierung von Nachhaltigkeitsleistungen mit Hilfe eines Bewertungsrankings in der Gemeinschaftsgastronomie - Expertise. a´verdis - Roehl & Dr. Strassner GbR, Münster

Bayerische Staatskanzlei (Hrsg.) (2019) Bericht aus der Kabinettsitzung vom 30. Juli 2019: <https://www.bayern.de/bericht-aus-der-kabinettsitzung-vom-30-juli-2019/#4> (abgerufen am 03.03.2020)

BerlAVG § 7 (2020): <http://gesetze.berlin.de/jportal/jsessionid=06ACDB3E67D28F6A6299589E4C61D651.jp21?quelle=jlink&query=VergabeG+BE&psml=bsbeprod.psml&max=true&aiz=true#jlr-VergabeGBE2010pP7> (abgerufen am 04.03.2020)

Berliner Senat (2019): <https://www.berlin.de/sen/verbraucherschutz/aufgaben/berliner-ernaehrungsstrategie/aktionsplan/artikel.873800.php>

BLE (2019): Bioregionale Produkte in Frankreich, auf: <https://www.oekolandbau.de/ausser-haus-verpflegung/stadt-land-und-bund/blick-ins-ausland/bioregionale-produkte-in-frankreich/>, (abgerufen am 27.01.2020)

BLE (2020): <https://www.oekolandbau.de/?id=18231> (abgerufen am 05.03.2020)

B MEL (2017): Ökobarometer 2017

B MEL (2018): Bundeskongress Schulverpflegung 2018 - DGE-Studie zu Kosten- und Preisstrukturen in der Schulverpflegung (KuPS)

B MEL (2019): Zukunftsstrategie Ökologischer Landbau - Impulse für mehr Nachhaltigkeit in Deutschland, 2. Auflage

Buxel, H., Balsing, A. (2009): Nutzung von Bioprodukten in der Gemeinschaftsverpflegung

FibL (2016): Die bioregio Beschaffungssituation in der Gemeinschaftsverpflegung in Bayern

FibL (2018): Gemeinschaftsverpflegung als Motor für die österreichische biologische Landwirtschaft, KORRIGIERTER Endbericht

FibL, EcoZept (2019): 30% Ökolandbau in Bayern im Jahr 2030: Analysen und Empfehlungen aus Absatz-und Marktsicht

Greiner A. (2019): Steigende Nachfrage nach Bio in der AHV, auf: <https://www.oekolandbau.de/ausser-haus-verpflegung/stadt-land-und-bund/bund-und-laender/steigende-nachfrage-nach-bio-in-der-ahv/>, (abgerufen am 27.11.2019)

GV Barometer (2018), unter: <https://www.public-manager.com/aktuelles/einzelansicht/archive/2018/february/article/internorga-gv-barometer-2018.html> (abgerufen am 03.03.2020)

Hertling, J. (2014): Noch lange nicht erschlossen – Bio im Außer-Haus-Markt. Erschienen in: BioWelt 11/2014

Holler, C. (2001): Machbarkeitsstudie zur Maximierung des Einsatzes Biologischer Lebensmittel in Großküchen im Wiener Krankenanstaltenverbund unter Berücksichtigung der finanziellen, marktspezifischen und gesamtökologischen Aspekte. Endbericht 2001

Kantine Zukunft (2020): <https://www.kantine-zukunft.de/>

Land Burgenland (Hrsg) (2020): <https://www.burgenland.at/themen/agrar/bioland-burgenland/bio-wende-12-punkte-fuer-kluges-wachstum-mit-bio/> (abgerufen am 03.03.2020)

MLR (Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz) (2017): Ernährungsstrategie für Baden-Württemberg

MLR (Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz) (2020): Erste Bilanz der Ernährungsstrategie Baden-Württemberg vorgelegt, unter: <https://mlr.baden-wuerttemberg.de/de/unser-service/presse-und-oeffentlichkeitsarbeit/pressemitteilung/pid/erste-bilanz-der-ernaehrungsstrategie-baden-wuerttemberg-vorgelegt/> (abgerufen am 03.03.2020)

Netzwerk deutscher Biostädte (Hrsg.) (2017): Mehr Bio in Kommunen – Ein Praxisleitfaden des Netzwerks deutscher Biostädte

Niessen, J. et al. (2011): Hemmnisse und Scheitern beim Einsatz von Bio-Lebensmitteln in der Außer-Haus-Verpflegung. Erschienen im Jahrbuch der Österreichischen Gesellschaft für Agrarökonomie, Band 19(2): 61-70

NRW (2015): Regionaler Biomarkt NRW (https://www.umwelt.nrw.de/fileadmin/redaktion/Broschueren/biomarkt_2015_broschuere.pdf)

Krämer, A.L., Roehl, R (2018): Ökoanteil in dänischen Küchen steigt rasant. In Ökologie & Landbau 01/2018

Schatzler, M; et al. (2017): Nachhaltige Lebensmittelversorgung für die Gemeinschaftsverpflegung der Stadt Wien, Wiener Umweltschutzabteilung – MA 22.

SMUL (2018): Agrarbericht 2017

SÖL, FibL (Hrsg) (2020): Ökologie und Landbau, Ausgabe 01/2020, Wolfgang Neuerburg, S. 23

StMELF (Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten) (Hrsg.) (2017): BioRegio Bayern 2020 - Eine Initiative der Bayerischen Staatsregierung

Anhang

Verwendeter Online-Fragebogen zur Befragung sächsischer Küchen und Caterer im Rahmen der vorliegenden Studie

Sehr geehrte Betriebsleiter*innen, sehr geehrte Küchenleiter*innen,

im Auftrag des Sächsischen Staatsministeriums für Umwelt und Landwirtschaft wird durch NAHhaft e.V. und EkoConnect e.V. eine Studie zur **Nachhaltigkeit in der Sächsischen Gemeinschaftsverpflegung** durchgeführt.

Dazu bitten wir Sie, sich kurz Zeit zu nehmen, um den vorliegenden Fragebogen auszufüllen. Die Befragung ist anonym und Ihre Daten werden vertraulich und ausschließlich für wissenschaftliche Zwecke verwendet.

Vielen Dank für Ihre Mithilfe.

Zunächst bitten wir Sie, uns einige Angaben über die Struktur Ihres Betriebes/ Ihrer Küche zu machen.

Bitte geben Sie uns zu Beginn eine kurze Auskunft über die Struktur ihres Betriebes/ ihrer Küche.

Ihre Betriebsform:

- ☐ Cateringunternehmen
- ☐ Küche

1. In welchem Bereich sind Sie tätig?

Mehrfachnennungen möglich

- ☐ Carebereich (Altenheim, Krankenhaus, Essen auf Rädern, Kliniken, etc.)
- ☐ Kinder- und Schulverpflegung (Kindergarten, Schule, Selbstkochende Einrichtung, Schullandheim, Jugendherberge)
- ☐ Studierendenwerk
- ☐ Bundeswehr
- ☐ Betriebskantinen (Unternehmen, staatliche Einrichtung, etc.)
- ☐ Justizeinrichtung
- ☐ Sonstiges
-

2. Welches Verpflegungssystem verwenden Sie?

- ☐ Küche vor Ort
- ☐ Cook and Chill
- ☐ Warmhaltesystem
- ☐ Tiefkühlküche mit Regenerierung
- ☐ Sonstiges

3. Wie viele Küchen/ Betriebe beliefern Sie regelmäßig?

Falls Sie keine Betriebe beliefern antworten Sie mit „0“.

Wir beliefern Küchen/ Betriebe.

4. Wodurch zeichnet sich Ihrer Meinung nach Ihr Betrieb/ Ihre Küche besonders aus?

5. Welche Verpflegungsoptionen bieten Sie an?

Mehrfachnennungen möglich

- ☐ Frühstück
- ☐ Mittagsmahlzeit
- ☐ Zwischenverpflegung
- ☐ Abendessen

6. Wie viele Mahlzeiten werden gegenwärtig in Ihrer Küche pro Tag ausgegeben?

ca. Hauptmahlzeiten

7. Zwischen wie vielen verschiedenen Hauptgerichten können die Kantinen-Besucher*innen wählen?

zwischen Hauptmahlzeiten am Tag

8. Verwenden Sie gegenwärtig Bio-Lebensmittel in Ihrer Küche?

Mehrfachnennungen möglich

- ☐ als Bio-Menü
- ☐ als Bio-Komponente
- ☐ an Aktionstagen
- ☐ ja, aber nicht ausgelobt
- ☐ ja, zu ... % (Wareneinsatz/ Jahr)
-
- ☐ nein

Nun möchten wir Sie bitten, uns einen Einblick in die Vielfalt der Lebensmittel zu geben, die Sie in Ihrer Küche verarbeiten.

9. Was ist Ihnen bei der Auswahl Ihrer Lebensmittel besonders wichtig?					
	Sehr wichtig	Eher wichtig	teils/teils	Eher unwichtig	völlig unwichtig
Regionalität	☐	☐	☐	☐	☐
Saisonalität	☐	☐	☐	☐	☐
Bio	☐	☐	☐	☐	☐
Fairer Handel	☐	☐	☐	☐	☐
Qualität	☐	☐	☐	☐	☐
Frische	☐	☐	☐	☐	☐
Preis	☐	☐	☐	☐	☐
Vorverarbeitungsgrad	☐	☐	☐	☐	☐
Sonstiges	☐	☐	☐	☐	☐

10. In welcher Qualität und woher beziehen Sie Ihre Lebensmittel?			
Mehrfachnennungen möglich	konventionell	ökologisch	regional
Brot- und Backwaren	☐	☐	☐
Teigwaren	☐	☐	☐
Eier	☐	☐	☐
Mehl/ Getreide	☐	☐	☐
Reis	☐	☐	☐
Obst	☐	☐	☐
Gemüse	☐	☐	☐
Kartoffeln	☐	☐	☐
Kartoffelerzeugnisse (Pommes, Püree etc.)	☐	☐	☐
Molkereiprodukte	☐	☐	☐
Convenienceprodukte	☐	☐	☐
Fleisch- und Wurstwaren	☐	☐	☐
Sojaprodukte	☐	☐	☐
Öle/ Fette	☐	☐	☐
Gewürze	☐	☐	☐

Im Folgenden interessieren wir uns für Ihre Unternehmungen hinsichtlich Nachhaltigkeit.

11. Welche der unten genannten Punkte setzen Sie bereits um und/oder welche könnten Sie sich vorstellen in Zukunft umzusetzen?					
	in konkreter				
	vorhanden	Planung	wird angestrebt	noch nicht geplant	kein Interesse
Nachhaltigkeitsmanagement	☐	☐	☐	☐	☐
Nachhaltigkeitszertifizierung	☐	☐	☐	☐	☐
Biozertifizierung	☐	☐	☐	☐	☐
Veganes und vegetarisches Angebot	☐	☐	☐	☐	☐
Abfallmanagement	☐	☐	☐	☐	☐
Sonstiges	☐	☐	☐	☐	☐

12. Wo sehen Sie Hemmnisse bei der Einbeziehung von Bio-Lebensmitteln?					
	sehr stark	stark	mittel	eher weniger	gar keine
regionale Angebote	☐	☐	☐	☐	☐
Logistik/ Bestellvorgang	☐	☐	☐	☐	☐
Lieferantenstruktur	☐	☐	☐	☐	☐
Lagerung und Küchenmanagement	☐	☐	☐	☐	☐
Preis	☐	☐	☐	☐	☐
Qualität	☐	☐	☐	☐	☐
Kundenakzeptanz	☐	☐	☐	☐	☐
Mitarbeiterakzeptanz	☐	☐	☐	☐	☐
Biozertifizierung	☐	☐	☐	☐	☐
Sonstige	☐	☐	☐	☐	☐

13. Haben Sie Anmerkungen zu spezifischen Hemmnissen?

14. Was sollte getan werden, damit regionale Bioprodukte verstärkt in der Außer-Haus-Verpflegung eingesetzt werden?

Mehrfachnennungen möglich

- ☐ Ausschreibungskriterien anpassen
- ☐ Kundenakzeptanz erhöhen durch Aktionen (Aufklärungskampagnen, Werbemaßnahmen)
- ☐ Logistikstrukturen stärken
- ☐ Regionalmarke einführen
- ☐ Ermäßigter Mehrwertsteuersatz in der GV
- ☐ Sonstiges
-

15. Welche Art der Unterstützung zum Thema Nachhaltigkeit würde Ihnen (weiter) helfen?

Mehrfachnennungen möglich

- ☐ Bilanzierung der Rezepturen und Darstellung der Ergebnisse auf der Speisekarte
- ☐ Abfallmessungen
- ☐ Fortbildungen (vegetarische Kochkurse, Siegelkunde etc.)
-
- ☐ regionale Beratungsangebote
- ☐ zur Verfügung gestelltes Aktionsmaterial
- ☐ Sonstige
-

Um Ihre Lieferkette besser zu verstehen und daraus entsprechend Handlungsempfehlungen ableiten zu können, interessiert uns nun die Lieferantenstruktur Ihres Betriebes bzw. Ihrer Einrichtung.

16. Was ist Ihnen bei der Auswahl von Lieferanten besonders wichtig?

	sehr wichtig	wichtig	neutral	eher unwichtig	gar nicht wichtig
Verfügbarkeit	☐	☐	☐	☐	☐
Verlässlichkeit (bzgl. Kontinuität, Lieferzeitpunkt)	☐	☐	☐	☐	☐
Gebindegrößen	☐	☐	☐	☐	☐
Qualität	☐	☐	☐	☐	☐
Räumliche Nähe	☐	☐	☐	☐	☐
Preise	☐	☐	☐	☐	☐
Sonstige	☐	☐	☐	☐	☐

17. Woher beziehen Sie Ihre Lebensmittel?

Mehrfachnennungen möglich

- ☐ konventioneller Großhändler
☐ konventioneller Direktvermarkter
☐ konventioneller Einzelhandel
☐ Naturkostgroßhandel
☐ Naturkosteinzelhandel
☐ ökologischer Direktvermarkter
☐ Sonstiges

Hier ist Platz für Ihre Wünsche und Anmerkungen

Vielen Dank, dass Sie bis zu dieser Stelle ausgefüllt haben.

18. Haben Sie weitere Wünsche oder Anmerkungen für zukünftige Handlungsempfehlungen im Bereich der Außer-Haus-Verpflegung?

Um eventuelle Rückfragen und persönliche Gespräche zu ermöglichen wäre eine Angabe Ihrer Kontaktdaten sehr hilfreich.

19. Ihre Kontaktdaten für eventuelle Rückfragen.

Diese Angaben werden nicht im Datensatz gespeichert und dienen uns ausschließlich zu den o.g. Zwecken.

Die Angaben zu Name und Telefonnummer sind freiwillig. Sollten Sie an dieser Stelle keine Angabe tätigen wollen, fügen Sie bitte „000“ ein.

E-Mail-Adresse:

Name und
Funktion der
Ansprechperson

Telefonnummer

☐ Ich interessiere mich für die **Ergebnisse dieser Studie** und hätte gerne eine Zusammenfassung per E-Mail.

Angaben zu fünf bio-zertifizierten Küchen

Im Folgenden sind wesentliche Kennzahlen, die im Rahmen des Fragebogens erhoben wurden, stichpunktartig für die 5 biozertifizierten Küchen, welche an der Umfrage teilgenommen haben, zusammengefasst.

1: Cateringunternehmen im Bereich Kinder- und Schulverpflegung

Angebot / Selbstbeschreibung: Frische Handwerksküche mit veganem und vegetarischem Angebot, 2000 Essen am Tag

Verpflegungssystem: Cook and Chill, Küche vor Ort, beliefert 19 Küchen

Bio seit 2004 mit 80% Wareneinsatz im Jahr, eingeführt auf Wunsch der Konsument*innen und auf Initiative der Küchen- bzw. Firmenleitung

Kundenakzeptanz für Bio: gut

Regionalität und Bio: sehr wichtig

Saisonalität: wichtig

Verwendete Lebensmittel: Brot/Backwaren, Teigwaren, Eier, Mehl/ Getreide, Reis, Obst, Gemüse, Kartoffeln, Molkereiprodukte, Fleisch- und Wurstwaren, Sojaprodukte, Öle/Fette, Gewürze

2: Küche eines Studierendenwerks

Angebot / Selbstbeschreibung: Frische, vegan, vegetarisch, biologisch, regional; 18000 Essen am Tag, 7 eigene kleine Mensen

Verpflegungssystem: Cook and Chill, Tiefkühlküche mit Regenerierung, Warmhaltesystem

Bio seit 1995 mit 2,5% Wareneinsatz im Jahr, eingeführt auf Wunsch der Konsument*innen und Initiative der Küchen- bzw. Firmenleitung

Regionalität und Saisonalität: wichtig

Verwendete Lebensmittel: keine Angabe

3: Küche eines Studierendenwerks

Angebot / Selbstbeschreibung: Vielfalt und vegan / vegetarisches Angebot, 3000 Essen am Tag, 3 belieferte Küchen/ Betriebe

Verpflegungssystem: Küche vor Ort, Cook & Chill, Tiefkühlküche mit Regenerierung, Warmhaltesystem

Bio seit 2011 als Bio- Menü, eingeführt auf Wunsch von Konsument*innen

Kundenakzeptanz für Bio: neutral

Regionalität, Saisonalität, Bio: Wichtigkeit: neutral

Verwendete Lebensmittel: Brot/Backwaren, Teigwaren, Gemüse, Kartoffeln, Molkereiprodukte, Sojaprodukte

4: Cateringunternehmen Care-Bereich

Angebot / Selbstbeschreibung: Frische, Vielfalt und vegan/ vegetarisches Angebot, 870 Essen am Tag, 10 belieferte Küchen/ Betriebe

Verpflegungssystem: Küche vor Ort

Kundenakzeptanz für Bio: neutral

Bio seit 2010 als Bio-Komponente, eingeführt auf Initiative der Firmen- bzw. Küchenleitung

Regionalität und Bio: Wichtigkeit: neutral

Saisonalität: sehr wichtig

Verwendete Lebensmittel: keine Angabe

5: Cateringunternehmen Care-Bereich, Kinder- und Schulverpflegung

Angebot / Selbstbeschreibung: Frische, Saisonalität, Handwerksküche, vegan/ vegetarisches Angebot, 15000 Essen am Tag, 84 belieferte Küchen/ Betriebe

Verpflegungssystem: Küche vor Ort, Cook & Chill, Tiefkühlküche mit Regenerierung, Warmhaltesystem

Bio seit 2010 als Bio-Komponente und an Aktionstagen, zu 22 % Wareneinsatz im Jahr, eingeführt auf Initiative der Firmen- bzw. Küchenleitung

Kundenakzeptanz für Bio: gut

Regionalität: sehr wichtig

Saisonalität: wichtig

Bio:Wichtigkeit: neutral