

PHR-Projekt „Förderung nachhaltiger und vermehrt regionaler Versorgung in der Verpflegung der Gemeinschaftsgastronomie“ Metropolitanraum Zürich Newsletter Dezember 2018

1. Das Projekt

Seit 2017 läuft im Metropolitanraum Zürich das [Projekt „Förderung nachhaltiger und vermehrt regionaler Versorgung in der Verpflegung der Gemeinschaftsgastronomie“](#), mit Fokus auf Betriebe die eine öffentliche Aufgabe erfüllen (Alterszentren, Spitäler, Institutionen und Schulen). Das Projekt dauert von 2017 bis Ende 2019 und wird vom „Pilotprogramm Handlungsräume Wirtschaft, PHR“ des SECO und verschiedenen Stiftungen und Organisationen unterstützt.

2. Rückblick auf die Tagung der Wertschöpfungskette Gemeinschaftsgastronomie

Am 31.10.2018 fand in Wülflingen die Tagung "Nachhaltige, vermehrt regionale Versorgung der Gemeinschaftsgastronomie" mit 50 TeilnehmerInnen statt. Unter ihnen waren Geschäftsführer, Gastronomie-Verantwortliche, Einkäufer und Küchenchefs der Gemeinschaftsgastronomie, VertreterInnen der Lebensmittel-Wertschöpfungskette: Direktlieferanten aus Landwirtschaft und Gewerbe, Lebensmittelverarbeiter, Gastro-Lieferanten; Entscheidungsträger von Städten, Gemeinden und Organisationen. Die Tagung war ein gelungener Anlass mit zufriedenen TeilnehmerInnen.

Die Referate (und Fotos) der Tagung sind auf der [Projekt-Website](#) (im Modul 5) aufgeschaltet:

1. PHR-Projekt, Beelong-Methode, Pilotbetriebsnetzwerk, Culinarium
2. Regionaler Einkauf im Alters- und Pflegeheim – ein Beispiel aus der Praxis
3. Naturparkprodukte auch für die Gemeinschaftsgastronomie
4. Nutzen der Marke Suisse Garantie in Handel und Gemeinschaftsgastronomie
5. Herausforderungen eines Lieferanten von Heimen und Spitälern
6. Nutzen der digitalen Bestellplattform Hogashop

Eingangsmache Alfred Bänninger, AGRIDEA Betrieben der Gemeinschaftsgastronomie, die auf Nachhaltigkeit



ihrer Lebensmittel achten (Entscheidungsträgern, Einkäufern, Chefköchen) folgende Empfehlung zur Verwendung von Schweizer Produkten:

- Nach Verfügbarkeit möglichst regional produzierte und/oder Label-Produkte zu verwenden;
- wo die Schweiz über hohe Selbstversorgungsgrade verfügt, unbedingt Schweizer Produkte einzukaufen: bei Milch/Milchprodukten, Käse, Rind-, Schweine- und Kalbfleisch, Äpfeln, Lagergemüse und saisonal bei Frischgemüse.
- auch bei den anderen Lebensmitteln auf einen hohen Schweizer-Anteil zu achten.
- im eigenen Gemeinschaftsgastronomie-Betrieb eine Beelong-Analyse zu machen. Für die wichtigen Produkte die entsprechenden Beelong-Empfehlungen beachten und die Einkaufspolitik entsprechend überarbeiten (nachhaltiger, regionaler, saisonaler).

Beelong, das Startup-Unternehmen der Hotelfachschule in Lausanne, hat sich darauf spezialisiert die Lebensmitteleinkäufe von Gemeinschaftsgastronomie-Betrieben nach den Kriterien Herkunft, saisongerecht konsumiert, Produktionsweise/Labels, Klima- und Ressourcen-Wirkungen sowie dem Produkt-Verarbeitungsgrad zu analysieren und zu bewerten. Damit verwendet und berücksichtigt Beelong Kriterien welche Gastronomen vertraut sind. Mittlerweile wurden im PHR-Projekt ein Dutzend Alterszentren und Spitäler mit rund 10'000 eingekauften Produkten nach dieser Methode analysiert. Die Resultate zeigen, dass bereits viele Betriebe für



Nachhaltigkeit und Schweizer Herkunft sensibilisiert sind und meist über 60% Schweizer Produkte verwenden.

Die **Beelong-Analyse** ermöglicht den Betrieben einen präzisen, ehrlichen Blick auf ihre Beschaffung von Lebensmitteln bezüglich Nachhaltigkeit. In jüngster Zeit haben auch Lebensmittelverarbeiter damit begonnen, ihr Sortiment einer Beelong-Analyse zu unterziehen und ihre Produkte entsprechend zu deklarieren. Culinarium und Beelong bieten auch künftig Beelong-Analysen für Gemeinschaftsgastronomie-Betriebe an. Culinarium arbeitet heute mit 27 Gemeinschaftsgastronomie- und über 40 Gastro-Betrieben zusammen.

Der regionale Einkauf aus Sicht eines Alters- und Pflegezentrums: Eine Umfrage des SVG bei seinen Mitgliedern zeigt, dass insbesondere die regionale Herkunft der Produkte bei den Gästen stark an Bedeutung gewinnt. Gleichzeitig sind aber über 70% der Betriebe der Ansicht, dass der Gast, bzw. der Auftraggeber nicht bereit seien, einen Mehrpreis für nachhaltigere Produkte zu bezahlen. **Patrick A. Reiter, SGA-Vizepräsident und Heimleiter** strich auch heraus, dass es beim Lebensmitteleinkauf wesentliche Unterschiede zwischen einem Grossbetrieb bzw. einer Betriebsgruppe und einem Kleinbetrieb, bzw. einem unabhängigen Betrieb, gibt. Grossbetriebe beschaffen mit zentralisierten Gremien und Strukturen mittel- oder langfristig, abgestützt auf Ausschreibungen und Verträge und sie sind komplex strukturiert. Kleinbetriebe haben dagegen kurze Entscheidungswege, sind flexibler, nutzen das regionale Beziehungsnetz und können

spontan und gefühlsmässig entscheiden. Ein solcher Betrieb kann sich dank Partnerschaft zu regionalen Produzenten mit einem hohen Anteil regionaler Produkte versorgen und eine konsequent saisonale Küche führen, praktisch 100% Schweizer Fleisch und nur wenig Convenience-Produkte verwenden und mit konsequenter Restenverwertung Food waste vermeiden.

Die Kampagne www.kleines-Gewissen.ch empfiehlt allen Gemeinschaftsgastronomie-Betrieben zur Verbesserung ihrer Nachhaltigkeit mindestens 25% saisonale, regionale Produkte (regional: max. 50 km Radius) zu verwenden.



Es ist ein besonderes Anliegen dieses Projektes, im Metropolitanraum Zürich die Beziehung zwischen den ländlichen und den städtischen Räumen aufzuzeigen. In diesem Zusammenhang präsentierte **Lisa Landert** den **regionalen Naturpark Schaffhausen** und seine zertifizierten Naturparkprodukte. Durch die Verwendung von Naturpark-Spezialitäten wird die regionale Wertschöpfung gefördert und damit die regionale Wirtschaft, das regionale Handwerk unterstützt und erhalten.



Bild: Die TeilnehmerInnen folgen der Präsentation von Denis Etienne zur Marke Suisse Garantie.

Die **Garantiemarke SUISSE GARANTIE** steht für beste Schweizer Qualität. Für Denis Etienne, Geschäftsführer der AMS, ist SUISSE GARANTIE ein Versprechen, das für klare Werte steht, nämlich für eine nachhaltige Landwirtschaft und für hochwertige Produkte. Die Marke steht für Frische, einheimisches Handwerk, Natürlichkeit, sorgfältige Tierhaltung, Schweizer Herkunft, regionale Vielfalt, strenge Produktionsauflagen.

Was muss ein SUISSE GARANTIE-Produkt erfüllen?

- Die Zutaten stammen von Landwirtschaftsbetrieben, welche den ökologischen Leistungsnachweis (ÖLN) erbringen. Die Kontrolle der Betriebe erfolgt durch unabhängige Stellen;

- Bei zusammengesetzten Produkten (Brot, Wurst,...) stammen mind. 90 % der Zutaten landwirtschaftlichen Ursprungs aus der Schweiz, wobei die Hauptzutat zu 100 % aus der Schweiz stammen muss. Nicht zusammengesetzte Produkte stammen zu 100 % aus der Schweiz (Milch, Äpfel,...).
- Das Zeichen darf nur durch kontrollierte Betriebe verwendet werden;
- Die Zutaten werden ohne gentechnisch veränderte Organismen, GVO hergestellt.

Die landwirtschaftliche Produktion in der Schweiz erfüllt **die ökologischen Anforderungen** gemäss der Direktzahlungsverordnung (ÖLN):

- Tiergerechte Haltung landwirtschaftlicher Nutztiere (Tierschutzgesetz)
- Ausgeglichene Düngerbilanz (Input = Output)
- Regelmässige Labor-Bodenanalysen
- Angemessener Anteil an ökologischen Ausgleichsflächen (Hecken, Wiesenstreifen etc.)
- Geregelter Fruchtfolge auf den Ackerflächen
- Aufzeichnungs- und Kontrollpflicht

Marktstudien zeigen, dass die **Konsumenten in der Gastronomie** Schweizer Produkte, ja sogar regionale Produkte in ihren Menüs erwarten. Die Nachhaltigkeit und natürliche Produkte – hausgemacht, sind ebenso wichtige Kriterien. Die Gäste sind anspruchsvoll, doch sie sind bereit, einen Mehrpreis für Schweizer Produkte zu bezahlen. Schweizer Produkte haben daher ein grosses Differenzierungs- und echtes Gewinnpotenzial.

Was ist den Gemeinschaftsgastronomie-Kunden wichtig? Diese Frage hatte Reto Gmür, Geschäftsleiter des **Gastro-Lieferanten** Gmür AG, zu beantworten. Eigentlich seien das die üblichen Standards, wie bei anderen Produkten, nämlich die Qualität, die Sicherheit

und Transparenz, die Verfügbarkeit, das Preis-/Leistungsverhältnis, die QS-Unterlagen und das Handling von der Bestellung bis zur Zubereitung.

Mit regionalen Produkten bekommen die Kunden nach seiner Erfahrung zusätzlich «gratis»: Emotionen, Geschichten, Heimat und Vertrauen mitgeliefert, das gibt ihnen ein gutes Gefühl. Das Label „Regionalität“ ist für Konsumenten ein Top-Brand. Es ist einfach und verständlich, nachvollziehbar und glaubwürdig und schafft Emotionen. Beispielhaft belegt Reto Gmür das u.a. mit der Zusammenarbeit seiner Firma mit der Bauernfamilie Lienhard vom Hof Guldenberg in Embrach (Käse- und Milchprodukte, Süssmost, Apfelschorle) und dem Betrieb Zahner Fischhandel in Gommiswald (Fisch, Fischprodukte).

Hohe Bedeutung hat die sorgfältige **Deklaration und Transparenz bei jedem Produkt** bezüglich Produktherkunft, Produktspezifikationen wie Artikelmerkmale, Allergen-Deklaration, Nährwertangaben, Logistikanangaben, Sensorik, etc. Ohne diese transparente Deklaration ist eine Nachhaltigkeitsbeurteilung schwierig.



Bild links: Podiumsdiskussion mit den ReferentInnen zum Tagungsthema (v.l.n.r.) Yvo Hausheer, Hogalog; Lisa Landert, Naturpark Schaffhausen; Florence Diserens, Beelong; Patrick Reiter, SVG-Vizepräsident und Reto Gmür, GL Gmür AG; Moderation: Urs Bolliger, Culinarium

Bilder unten: Die Tischmesse mit 10 Ausstellern ermöglichte das Gespräch zwischen Anbietern und den TeilnehmerInnen. Aussteller (v.l.n.r.) Natürli Zürüberland, Regionalprodukte; Hero Origine-Produkte und Somm AG, Fleisch & Comestibles, Kreuzlingen



Schlussfolgerungen zur Tagung

Die Tagung hat VertreterInnen der Wertschöpfungskette zusammen gebracht und den Austausch ermöglicht. Dies ist mit den Referaten, der Tischmesse der Aussteller und mit einer Podiumsdiskussion gelungen. Jeder einzelne Akteur hat seine Situation und seine Herausforderungen, wenn es darum geht, Lebensmittel

nachhaltiger und regionaler zu beschaffen. Für echte Fortschritte braucht es die Überzeugung und das Engagement Aller in ihren Funktionen.

3. Öffentliche Ausschreibung für das Führen einer Schulmensa



Interessant ist für viele Städte, Gemeinden und ihre Schulen, wie die Nachhaltigkeit und die regionale Versorgung in Schulmensen, welche von einem Catering-Unternehmen betrieben werden, erhöht werden kann. Dazu hat sich der Kanton Waadt eine **Musterofferte „Öffentlichen Ausschreibung für das Betreiben einer Mensa in Gymnasien“** erstellt. Diese Dokumente werden im Kanton Waadt von Städten und Gemeinden in öffentlichen Ausschreibungen für Mittelschul-Mensen eingesetzt. Entscheidend war ein Bundesgerichtsentscheid vom 17. März 2017. Dieser gestattet Städten und Gemeinden das Recht zu, bei öffentlichen Ausschreibungen gemäss Binnenmarktgesetz, Anforderungen zu stellen, die über die eigentlichen wirtschaftlichen und qualitativen Anforderungen hinausgehen und ökologischer oder sozialer Art sind.

Der Spielraum von Städten und Gemeinden bei öffentlichen Ausschreibungen für ihre (Schul-)Kantinen wird durch diesen Bundesgerichtsentscheid erweitert. Sie können in öffentlichen Ausschreibungen daher neu von Bieter (Caterern, Betreiber von Schulmensen) Informationen darüber verlangen, in welchem Umfang sie in einer Schulkantine z.B. schweizerische, kantonale, regionale und saisonale Produkte verwenden werden.

Dieses Pflichtenheft zu kulinarischen Leistungen und Ernährungsaspekten, sowie das **Formular zur Bewertung der Leistungen eines Anbieters bezüglich regionalen und saisonalen Produkten** sind in Deutsch verfügbar. Weitere Informationen: [Projekt-Website „Förderung nachhaltiger und vermehrt regionaler Versorgung in der Verpflegung der Gemeinschaftsgastronomie“ im Metropolitanraum Zürich](#)

4. Projekt-Aktivitäten und -Veranstaltungen 2019



1. **Projektkoordination und -kommunikation:** Das Aktuellste immer auf der [Projekt-Website bei AGRIDEA](#)

2. **Pilotbetriebsnetzwerk der Gemeinschaftsgastronomie-Betriebe:**

- Februar 2019: Erfahrungsaustausch mit Geschäftsführern und Küchenchefs des Pilotbetriebsnetzwerkes 2018; Besprechung der Beelong-Berichte und – Empfehlungen
- Schlussfolgerungen zu Ergebnissen der Beelong-Analysen 2017 und 2018 werden erstellt.

3. **Weiterbildung und Erfahrungsaustausch 2019 für Küchenchefs, Einkäufer und Gastronomie-Verantwortliche: Termin und Ort noch offen** (Bitte informieren Sie sich auf der Projektwebsite.)

4. **Tagung 2019 für Entscheidungsträger der Gemeinschaftsgastronomie und Akteure der Wertschöpfungskette Gemeinschaftsgastronomie: Termin: noch offen, Ort: Strickhof Wülflingen, Winterthur** (Bitte informieren Sie sich auf der Projektwebsite.)

Wir danken für Ihr Interesse und wünschen Ihnen eine schöne Adventszeit!

[AGRIDEA](#), Alfred Bänninger, Projektleiter, Tel. 052 354 97 56 E-Mail: alfred.baenninger@agridea.ch

[Beelong Sàrl](#), Charlotte de La Baume, Geschäftsführerin, Lausanne

[Trägerverein Culinarium](#), Urs Bolliger, Geschäftsführer; Thomas Scherraus, Gastronomie, Salez