austauschen
verstehen
weiterkommen

CULINARIUM
regio•garantie

beelong
ökologischer Indikator für Lebensmittel

PHR-Projekt Nachhaltige, vermehrt regionale Versorgung der Gemeinschaftsgastronomie: Fachlicher Schlussbericht

Projektergebnisse und -empfehlungen

agridea
ENTWICKLUNG DER LANDWIRTSCHAFT UND DES LÄNDLICHEN RAUMS
DÉVELOPPEMENT DE L'AGRICULTURE ET DE L'ESPACE RURAL
SVILUPPO DELL'AGRICOLTURA E DELLE AREE RURALI
DEVELOPING AGRICULTURE AND RURAL AREAS

Impressum

Herausgeberin	AGRIDEA Eschikon 28 • CH-8315 Lindau T +41 (0)52 354 97 00 • F +41 (0)52 354 97 97 kontakt@agridea.ch • www.agridea.ch
Autor	Alfred Bänninger, AGRIDEA
Mitarbeit	Charlotte de La Baume, Beelong Sàrl, Lausanne, Urs Bolliger, Thomas Scherraus, Culinarium Trägerverein, Salez
Redaktion	Alfred Bänninger, AGRIDEA
Titelbild	Quelle: SV Group

© AGRIDEA, Februar 2020

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung 4
2 Ziele, Ergebnisse in Stichworten 4
3 Gemeinschaftsgastronomie: Die Akteure 4
4 Pilotbetriebsnetz: Ergebnisse Beelong-Analysen 5
5 Standortbestimmung mit Beelong-Analyse 10
6 Nachhaltigkeitskonzept für GG-Betrieb erarbeiten 10
7 Regionale Produkte einkaufen - Empfehlungen 11
8 Landwirte und Lebensmittelgewerbe liefern regional 13
9 Die öffentliche Beschaffung von Lebensmitteln 13
10 Schlussfolgerungen 15
11 Anhang 16
11.1 Kontakte zu landwirtschaftlichen Lieferanten der Region 16
11.2 Öffentliche Beschaffung, Zuschlagskriterien: Angaben zur Verwendung von regionalen und saisonalen Produkten 18

1 Einleitung

Dieser Fachliche Schlussbericht beschreibt die wichtigsten Ergebnisse, Erkenntnisse und Empfehlungen des PHR-Projektes „Nachhaltige, vermehrt regionale Versorgung der Gemeinschaftsgastronomie. Das Projekt dauerte 3 Jahre, von 2017 -2019. Weitergehende Informationen enthält die AGRIDEA Projekt-Website.

2 Ziele, Ergebnisse in Stichworten

Die Ziele des PHR-Projektes

Die Akteure von Gemeinschaftsgastronomie-Betrieben, welche eine öffentliche Aufgabe erfüllen (Alterszentren, Behinderteninstitutionen, Spitäler, Schulen), ihre Zuliefer-Betriebe und weitere Entscheidungsträger sollen für nachhaltige, vermehrt regionale Versorgung sensibilisiert und motiviert werden.

- Eine Informations- und Austauschplattform aufbauen mit Entscheidungsträgern aus Politik, Ämtern, Städten, Gemeinden, Organisationen und GG-Betrieben;
- Ein Pilotbetriebsnetzwerk betreiben: 10 Betriebe machen Beelong-Analyse (Nachhaltigkeitsbewertung der Lebensmitteleinkäufe);
- Weiterbildungen für Küchenchefs anbieten und Empfehlungen erarbeiten;
- Die Akteure der ganzen Wertschöpfungskette in den Informations- und Erfa-Austausch einbeziehen.

Wichtige Projektergebnisse in Stichworten

- Pilotbetriebsnetz mit 10 Gemeinschaftsgastronomie-Betrieben und 9‘200 analysierten Produkten;
- Bekanntheit der Beelong-Analyse im Metropolitanraum Zürich gefördert;
- Synthese und Schlussfolgerungen aus den Beelong-Berichten der 10 Pilotbetriebe;
- 2 Weiterbildungskurse für Küchenchefs 2018 und 2019: Nachhaltige Lebensmittel in der Gemeinschaftsgastronomie, mit 45 TeilnehmerInnen;
- 3 Tagungen (2017, 2018 und 2019) mit Entscheidungsträgern, Gemeinschaftsgastronomie-Betrieben und Akteuren der Wertschöpfungskette zu den Projektthemen, mit 82 TeilnehmerInnen;
- Auf SIMAP: Sichtung öffentlicher Beschaffungsdossiers für Lebensmittel/Verpflegungsleistungen
- Analyse und Empfehlungen zu öffentlichen Beschaffungsdossiers für Schulmensen, Mittagstische (mehr nachhaltige, regionale und saisonale Produkte);
- Fachlicher Schlussbericht mit Projektresultaten und -empfehlungen des PHR-Projektes erstellt;
- Bericht zu „Wechselwirkungen zwischen PHR-Projekt Gemeinschaftsgastronomie und Metropolitanraum Zürich - Projekterkenntnisse und Verstetigung nach Projektende“ erstellt;
- Projektkommunikation: Informationen auf AGRIDEA Projekt-Website; div. Projekt-Newsletter und Mailings an die Zielgruppen; Fachartikel, Referate, Berichte, Poster, Beantwortung von Anfragen

3 Gemeinschaftsgastronomie: Die Akteure

Verantwortliche der Gemeinschaftsgastronomie-Betriebe

Das System der Lebensmittelbeschaffung in der Gemeinschaftsgastronomie besteht einerseits aus den verschiedenen Entscheidungsträgern innerhalb und im Umfeld von Gemeinschaftsgastronomie-Betrieben (die eine öffentliche Aufgabe erfüllen), wie Alterszentren, Behinderteninstitutionen, Spitäler und Schulen/Vorschulstufen.

In den Gemeinschaftsgastronomie-Betrieben des Metropolitanraumes Zürich sind das die Geschäftsführer, Gastronomie-Verantwortlichen, Einkäufer und Küchenchefs von 480 Alterszentren und 90 Spitälern und Kliniken.

Wichtige Ansprechpartner sind die Organisationen der Gemeinschaftsgastronomie, der Gastronomie und der Köche (SVG, Schweizer Kochverband, regionale Vereine der Köche, Gastro-Medien, Gastro-Union).

Entscheidungsträger der Gemeinschaftsgastronomie

Kantonspolitiker/-innen, Gemeinderäte/-innen und weitere Verantwortliche in Aufsichtsgremien und Trägerschaften von Alterszentren, Schulen, Institutionen und Spitälern und VertreterInnen weiterer Organisationen können Entscheidungsträger und externe Beeinflusser zu Fragen der Gemeinschaftsgastronomie sein.

Das Netzwerk rund um die Gemeinschaftsgastronomie besteht aus vielen Akteuren. In den 8 Metropolitanraum-Kantonen wurden im Projekt folgende Akteurgruppen, welche in der Gemeinschaftsgastronomie eine Rolle spielen, kontaktiert:

- Entscheidungsträger in kantonalen Ämtern für Umwelt und Nachhaltigkeit, Bildung und Soziales in diesen Kantonen
- die Geschäftsführer der CURAVIVA-Sektionen in diesen Kantonen und deren Mitglieder
- Landwirtschaftsämter, Bauernverbände und Mitglieder von Branchenorganisationen und Markenorganisationen (z.B. Suisse Garantie Markenpartner) in diesen Kantonen
- Entscheidungsträger in Gemeinden (Verwaltungen und Gemeindepräsidenten/-innen) und städtischen Ämtern im Bereich Gesundheit, Nachhaltigkeit/Umwelt, Bildung und zentrale Beschaffung
- Organisationen der Regionalentwicklung, des Regionalmarketing (Culinarium, Das Beste der Region, natürli, etc.) und regionale Naturpärke
- Geschäftsleitung des Vereins Metropolitanraum Zürich und diverse NGOs (PUSCH, Vier Pfoten, Swiss Fair Trade, …).

Akteure der Wertschöpfungskette

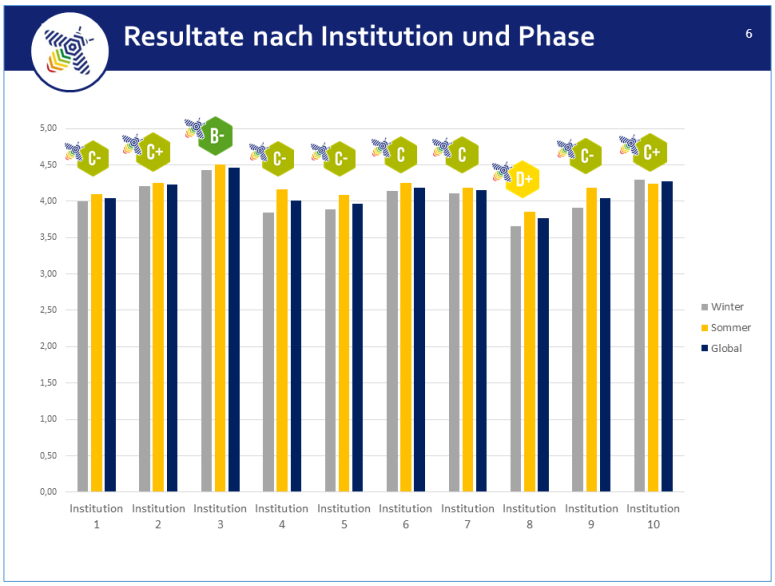
Diese Akteuren der Wertschöpfungskette Gemeinschaftsgastronomie stellen die Lebensmittelversorgung der Gemeinschaftsgastronomie-Betriebe sicher: Landwirtschaftliche und gewerbliche Direktlieferanten (Metzgereien, Käsereien, Molkereien, Bäckereien), gewerbliche und industrielle Verarbeiter, Importeure, Gastroabholhandel und Gastrobelieferungshandel, Catering-Betriebe und Caterer. In der Gemeinschaftsgastronomie spielen auch privatwirtschaftliche Dienstleister eine Rolle: z.B. Hogalog-Beschaffungsplattform, Hugentober Kochsysteme, …

Abb. 1. Wertmässige liegt die Bedeutung des Schweizer Kundensegmentes „Heime und Spitäler" 2017 aus Sicht des Lebensmittel-Grosshandels bei rund 13 %, Betriebskantinen erreichen rund 15 % des Grosshandelsumsatzes.

4 Pilotbetriebsnetz: Ergebnisse Beelong-Analysen

Benchmark Deutschschweiz und national

Ergebnisse aus dem Pilotbetriebsnetzwerk (siehe Abb. 4): In den 10 Küchen wurden durchschnittlich 1'292 Produkte mit einem Gewicht von 30,5 t und einem Wert von 213'700. Fr. analysiert. Durchschnittlich lieferten 21 verschiedene Lieferanten Lebensmittel. Der Anteil der Schweizer Produkte betrug 63% (Menge), 18,5% kam aus Europa und 18,5% aus der übrigen Welt. Von allen analysierten Produkten waren 21% Labelprodukte (Menge). Der Warenkorb bestand aus 33% Früchten und Gemüse, 10% Economat-Produkten, 21% Fertigprodukten, 10% Fleisch- und Eiprodukten, 25% Milchprodukten und 1% Fisch und Meerfrüchten.



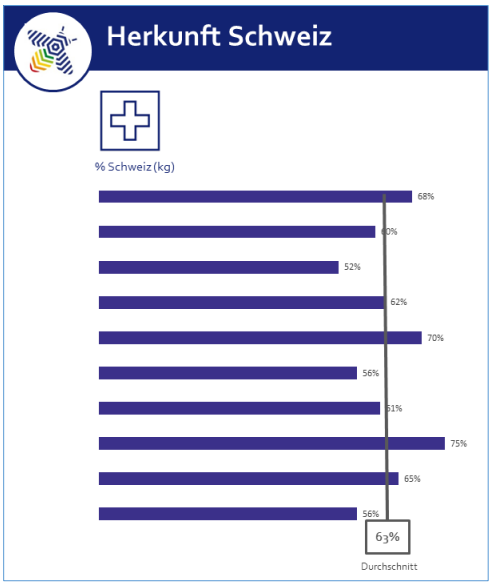


Abb. 2. und 3. Bewertung der 10 Gemeinschaftsgastronomie-Betriebe (Winter-, Sommerperiode, Gesamtnote).

Die Gesamtnoten der Betriebe liegen zwischen D+ und B-. Der Durchschnitt aller 10 Betriebe liegt bei der **Beelong-Note C** (4.11 von 6 Punkten). Bezüglich Schweizer Herkunft der Produkte erreichen die Betriebe zwischen 52% und 75% (Durchschnitt aller Betriebe, mengenmässig, 63%). Die Werte zeigen, dass diese Pilotbetriebe (Alterszentren und Spitäler) bezüglich Nachhaltigkeit und Schweizer Herkunft auf dem richtigen Weg sind.

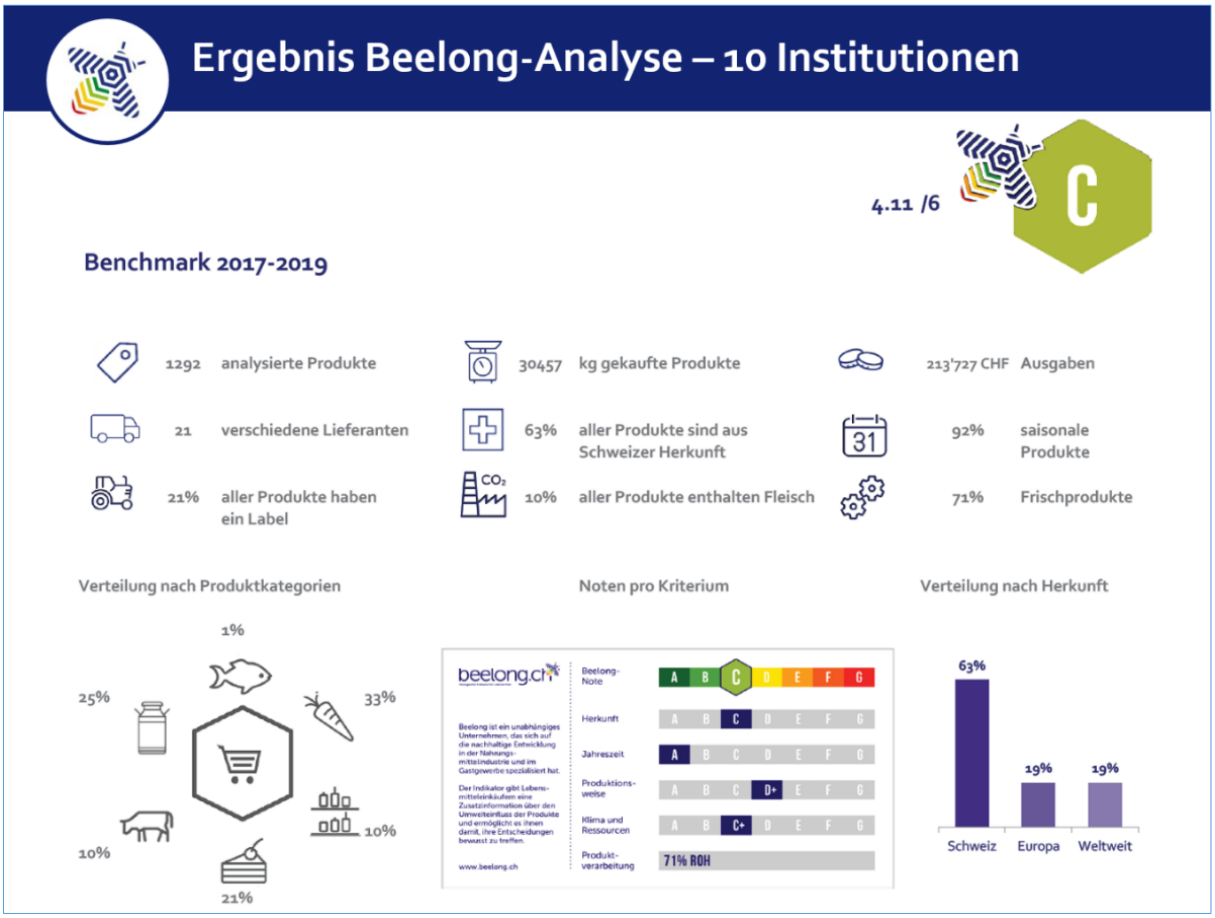


Abb. 4. Ergebnisse der Beelong-Analysen: Mittelwerte aus 10 Betrieben

Die gesamte Stichprobe der untersuchten Lebensmittel umfasste mengenmässig 304 Tonnen mit einem Wert von Fr. 2.12 Mio.

Benchmark zu den einzelnen Beelong-Einkaufskriterien

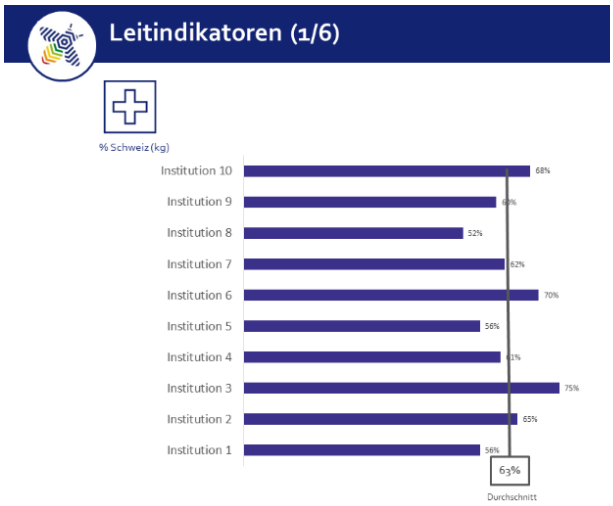


Abb. 5. Schweizer Herkunft von Lebensmittel

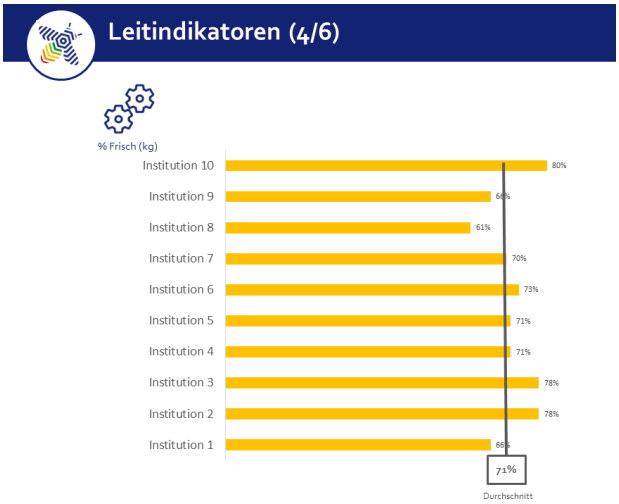


Abb. 8. Unverarbeitete, frische Produkte

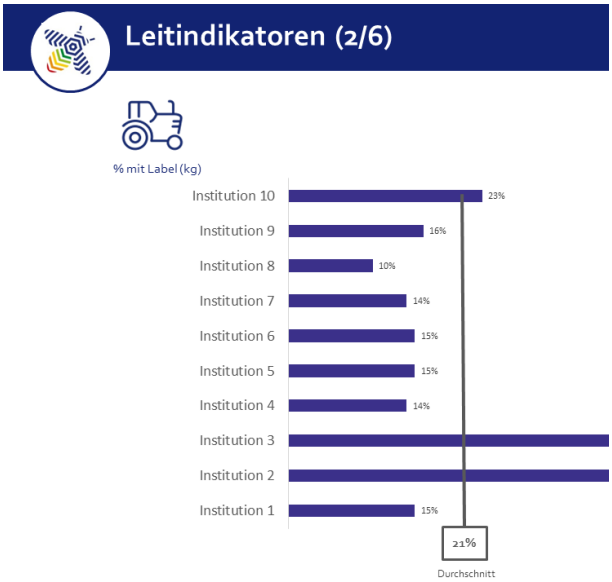


Abb. 6. Mit Label gekennzeichnete Produkte

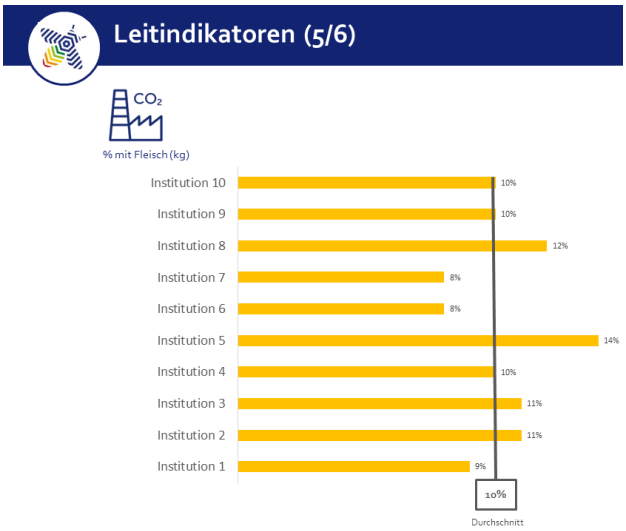


Abb. 9. Produkte mit Fleisch

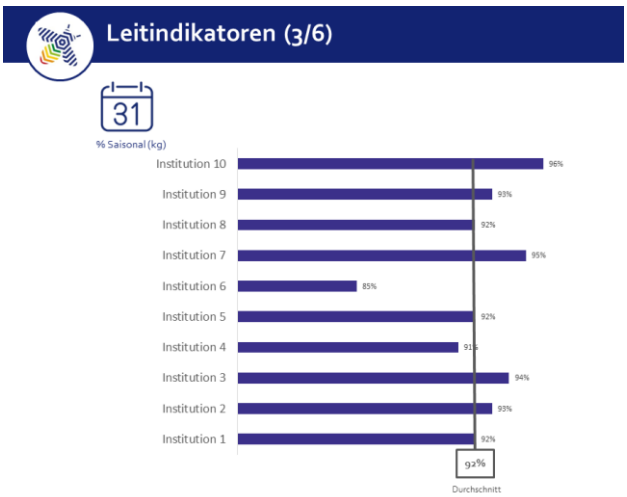


Abb. 7. Saisongerechte Produkte (Früchte/Gemüse)

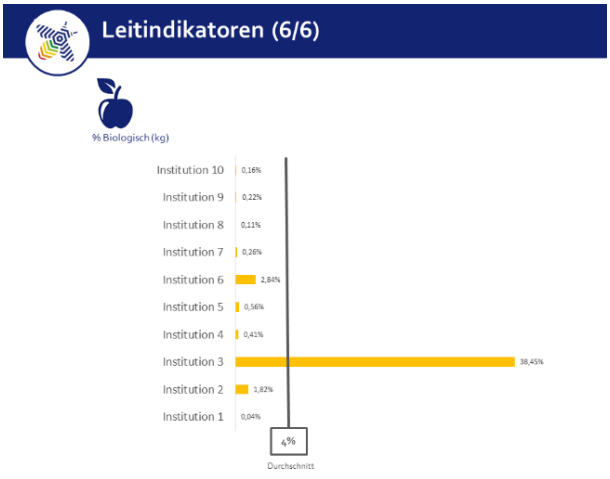


Abb. 10. Biologische Produkte

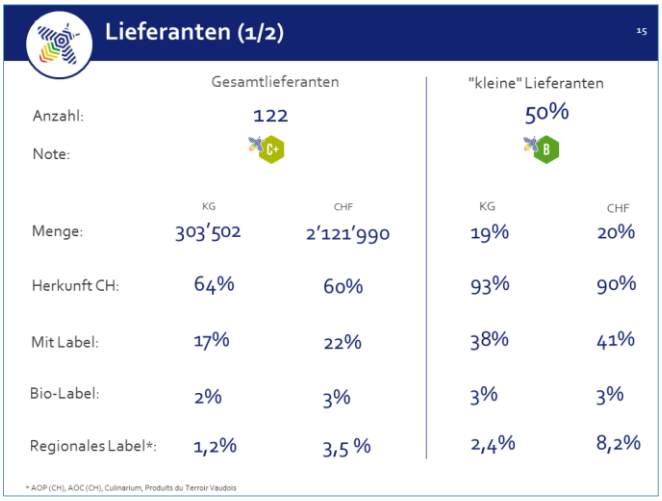


Abb. 11. In der Beelong-Analyse wurden Produkte von 122 Händlern/Lieferanten analysiert.

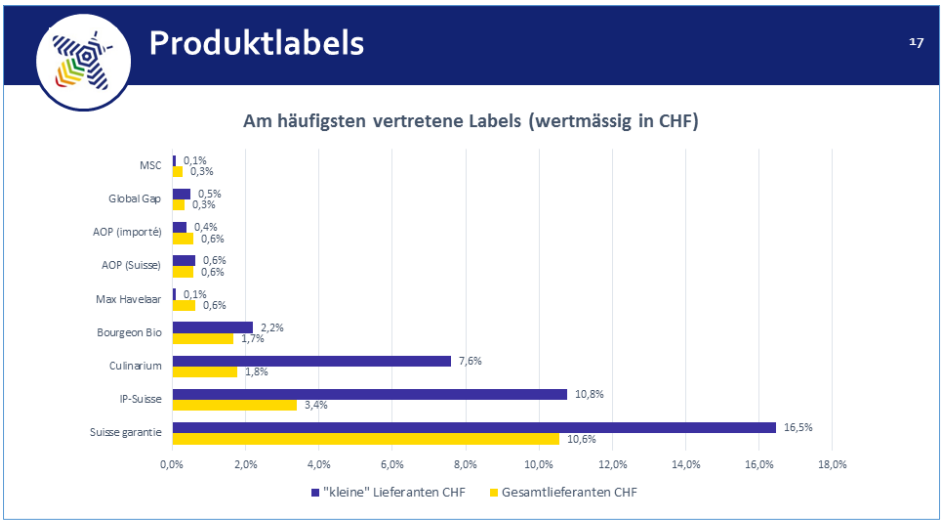


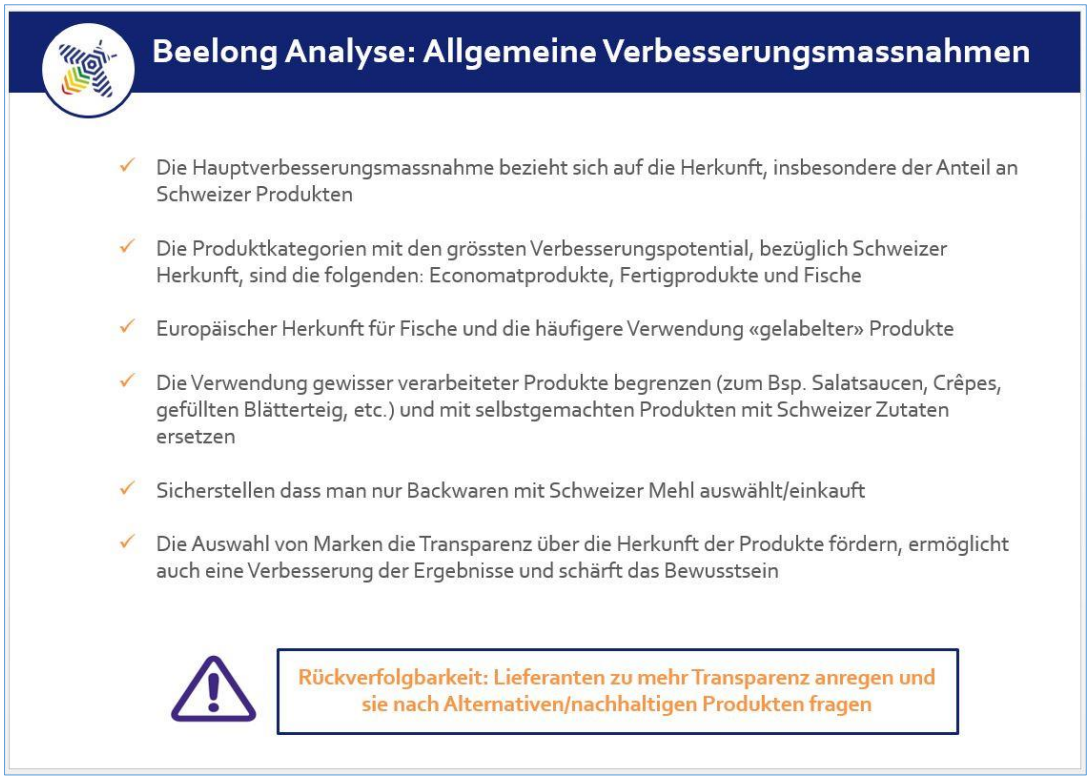
Abb. 12. Die Liste der berücksichtigten Labels in absteigender Reihenfolge

Von den 28 vertretenen Labels sind hier die wertmässig wichtigsten aufgelistet (eine ähnliche Verteilung wird in Kg beobachtet).

Die gelben Balken stellen die Labelanteile aller Lieferungen dar. **Suisse Garantie (10,6%), IP-Suisse (3,4%), Culinarium Regio Garantie (1,8%), Bio Knospe (1,7%), Max Havelaar (0,6%)**, AOP (Schweiz und Importe 1,2%), Global Gap, MSC

Weitere, kleinere Anteile haben folgende Labels: AB bio, Swiss Prim Gourmet, ASC, AOC, UTZ Certified, EurepGap, Natura-Beef, SwissGap, Dolphin Safe, Coop Naturaplan, Bio EU, Hochstamm Suisse, AquaGap, Demeter, IGP, Rainforest Alliance Certified, Produits du Terroir Vaudois, Friend of the Sea, Migros Bio.

Bei den Beelong-Analysen besteht eine Herausforderung darin, dass Lieferanten nicht bei jedem Produkt die notwendige Informationen, die notwendige Transparenz schaffen können oder wollen. So wurden bei rund 10% der Lebensmittel die notwendigen Informationen nicht mitgeteilt. Bei diesen Produkten ist meist die Herkunft der Zutaten nicht klar. «Nicht mitgeteilt»-Produkte erhalten eine entsprechend tiefe Beelong-Bewertung.



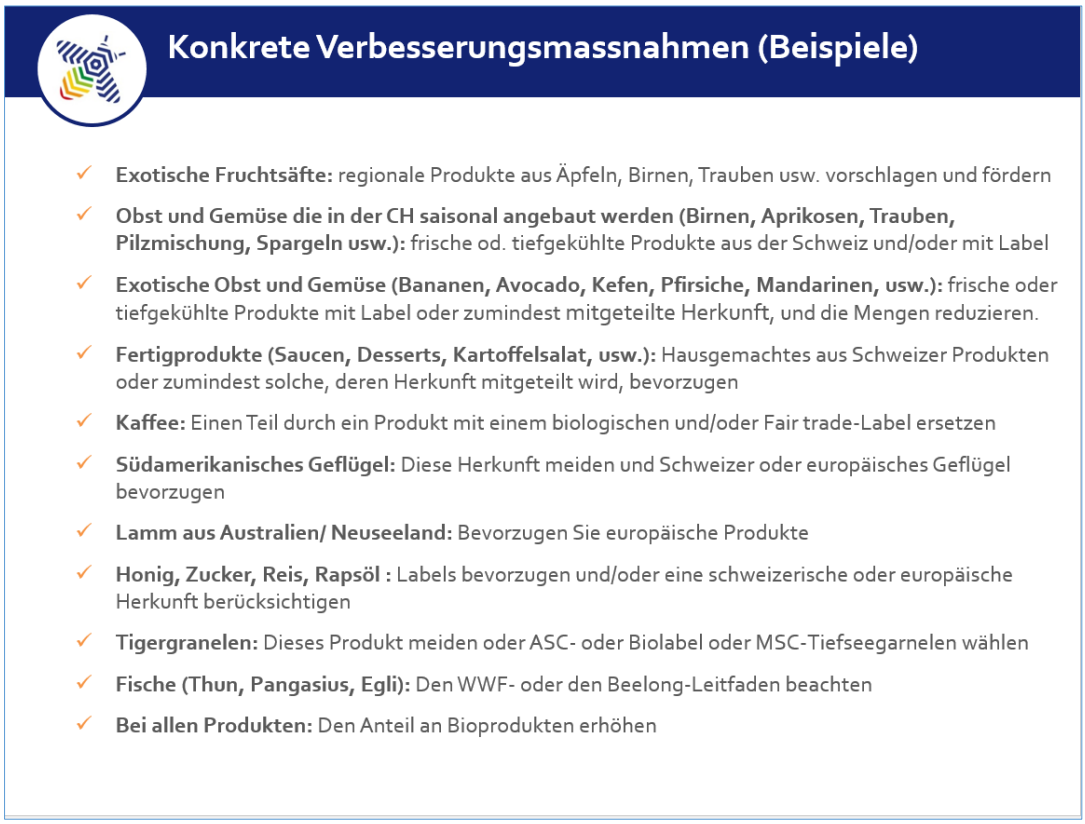


Abb. 13. Beelong: Verbesserungsvorschläge an Küchen und Einkauf der Pilotbetriebe

Diese oben stehenden Abbildungen geben einen Einblick in allgemeine und konkrete Verbesserungsvorschläge für den Einkauf und die Küchen der Pilotbetriebe. Daneben erhielt jeder analysierte Betrieb viele konkrete, produkt-bezogene Hinweise und Empfehlungen.

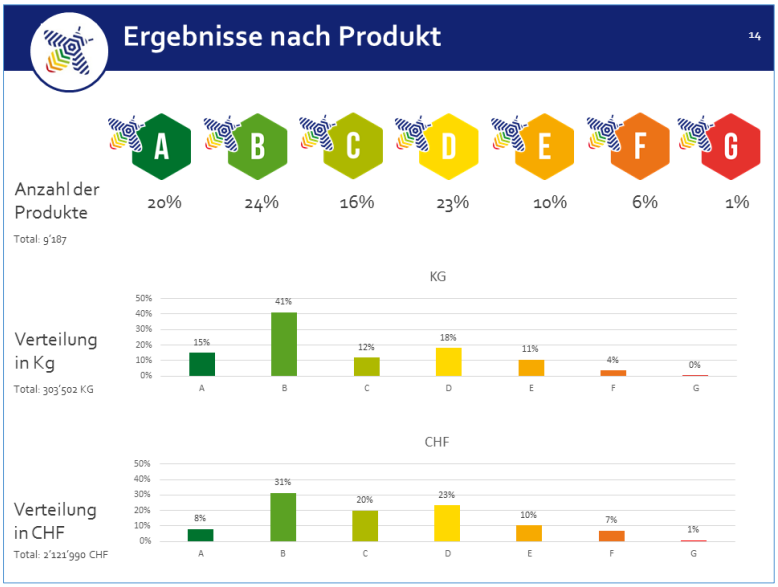


Abb. 14. Aufteilung der analysierten Produkte nach Beelong-Noten A bis G

GG-Belieferung: Bedeutung von regionalen Landwirten und Gewerbe als Direktlieferanten

In welchem Umfang werden regionale Landwirte und Lebensmittel-Gewerbebetriebe (Bäckereien, Metzgereien, Käsereien, etc.) als Direktlieferanten der Gemeinschaftsgastronomie berücksichtigt? Im Pilotbetriebsnetzwerk mit 10 Gemeinschaftsgastronomie-Betrieben und rund 9'2000 analysierten Produkten, haben wir 59 von total 122 Lieferanten als solche Kleinlieferanten eingestuft, das sind 50% aller Lieferanten. Diese regionalen Kleinlieferanten haben 19% der gesamten Lebensmittel-Einkaufsmenge geliefert, wertmässig entspricht das 20 % des Lebensmittelumsatzes der Stichprobe. Diese Kleinlieferanten lieferten mengenmässig 93% Schweizer-Produkte und 38% Labelprodukte (davon Bioprodukte 3 %).

Im Allgemeinen sind die Produkte, welche von **kleinen regionalen Lieferanten** geliefert werden, häufiger mit einem Label gekennzeichnet (siehe Abb. 12, Produktelabel, blaue Balken). Wertmässige Bedeutung in absteigender Reihenfolge: **Suisse Garantie (16,5%), IP-Suisse (10,8%), Culinarium Regio Garantie (7,6%), Bio Knospe (2,2%),** Max Havelaar (0,1%), AOP (Schweiz und Importe 1,0%) , Global Gap (0,5%), MSC

5 Standortbestimmung mit Beelong-Analyse

Verantwortliche eines Gemeinschaftsgastronomie-Betriebes welche die Vision umsetzen wollen, die Versorgung nachhaltiger und regionaler zu gestalten, sind gut beraten, sich eine solide Grundlage über die Ist-Situation des eigenen Betriebes zu erstellen. Eine Beelong-Analyse liefert dazu vertiefte Daten über die Nachhaltigkeit der in der Küche verwendeten Lebensmittel. Zu den im PHR-Projekt damit gemachten Erfahrungen, siehe Kapitel 4. Der Trägerverein Culinarium und Beelong Sàrl. bieten dazu in der Ostschweiz eine Beelong-Analyse im Abomodell an.

6 Nachhaltigkeitskonzept für GG-Betrieb erarbeiten

Das Wichtigste ist sicher, selber vom Nachhaltigkeitsansatz überzeugt zu sein und den Nutzen von nachhaltig, regional, saisonal zu erkennen und Überzeugungsarbeit zu leisten. Gestützt auf die Daten einer Beelong-Analyse, lässt sich im Gemeinschaftsgastronomie-Betrieb Schritt für Schritt ein betriebliches Nachhaltigkeitskonzept mit Zielen, Strategien und Massnahmen erarbeiten. Dabei ist wichtig, dass die Erarbeitung eines solchen Konzeptes von den Gremien und MitarbeiterInnen eines GG-Betriebes mitgetragen wird. Das erfordert eine entsprechende Kommunikation, den Einbezug und die Schulung der MitarbeiterInnen. Auch die Gäste, Bewohner und Angehörigen und Eltern sollen Schritt für Schritt einbezogen und informiert werden. Ein erster Schritt kann beispielsweise die Einführung eines Wochentages mit einem nachhaltigen Menü sein. Idealerweise sollten aus diesen Anstrengungen eine höhere Zufriedenheit der Bewohner und ein weiter verbessertes Image des Betriebes in der Öffentlichkeit resultieren. Betriebliche Nachhaltigkeit ist heute ein grosser Trend und damit auch eine echte Chance, sich als Betrieb im Marktumfeld zu positionieren.

Wie sage ich's den MitarbeiterInnen?

Ohne die tatkräftige Unterstützung der gesamten Küchenmannschaft kann ein Projekt zur Verwendung neuer nachhaltiger und regionaler Produkte kaum umgesetzt werden. Deshalb ist es wichtig, bei den MitarbeiterInnen um Verständnis für das Vorhaben zu werben und sie zur aktiven Mitgestaltung zu motivieren, z. B. durch:

- Schulungen (v. a. Module zu regionalen Produkten für Lehrlinge)
- Koch-Arbeitsgruppen mit anderen KüchenleiterInnen oder einer hausinternen ,,Ideenküche"
- Sensibilisierung mit Plakaten, Aushängen und Informationsmaterial
- Betriebsbesichtigungen bei Landwirten und gewerblichen Herstellern.

7 Regionale Produkte einkaufen - Empfehlungen

Lebensmittel aus der Region bieten mehr als nur die kürzeren Wege vom Feld auf den Teller, denn sie sind Teil einer komplexen Wertschöpfungskette vom Produzenten über den Verarbeiter und Händler in die Grossküchen bzw. zum Endkunden. Regionale Produkte bringen viele verschiedene Vorteile mit sich*:

Ökologie und Umwelt

- kürzere Transportwege und weniger Transporte vom Produzenten bis zur Grossküche
- Vielfalt auf dem Feld und auf dem Teller
- Erhaltung der natürlich gewachsenen Kulturlandschaft
- Beitrag zur Ressourcen- und Artenschonung

Wirtschaftlichkeit

- Aufbau, bzw. Erhaltung regionaler Waren- und somit auch Finanzflüsse
- breiteres Angebot von einheimischen Produzenten und Händlern
- stärkere Nachfrage, erhöhte Kundenbindung
- Erhaltung und Ausbau von regionaler Infrastruktur
- schnelleres Erkennen und Lösen von Problemen/Bedürfnissen in den Lebensmittel-Wertschöpfungsketten

Soziale Aspekte

- Beitrag zum nachhaltigen Konsum
- stärkere Identifikation mit der eigenen Region und Vertrauen zu Produkten
- Erhalten von Arbeitsplätzen und weniger Pendlerströme in benachbarte Regionen
- Steigerung des Freizeitwerts der Region, von dem v. a. Gastronomie und Handwerk profitieren können
- weniger Verkehr Lärm und durch weniger Transportaufkommen
- positiveres Image für die regionale Landwirtschaft
- Netzwerkbildung entlang der Wertschöpfungsketten regionaler Produkte
- aktive Konsumenteninformation

** Quelle: Leitfaden für den Einsatz regionaler Produkte in der Gemeinschaftsverpflegung, Agenda 21-Büro, Steinfurt*

Vorteile regionaler Produkte in der Grossküche

Für die Gemeinschaftsgastronomie-Betriebe ergeben sich sehr individuelle Vorteile aus dem Einsatz regionaler Produkte:

- die Frische der Produkte durch (zeitlich und räumlich) kurze Wege
- die Abwechslung in der Produktauswahl
- die Möglichkeit der direkten Rückfrage bei Lieferanten/Produzenten durch engere Kontakte
- Anknüpfungspunkt für Kommunikation/Werbung: regionale Lebensmittel als Trend für Gästebindung bzw. Gästewerbung nutzen;
- die Reduktion von Abfällen durch die Möglichkeiten von Mehrwegsystemen (kurze Transportwege)

Hindernisse für den Einsatz regionaler Produkte in der Grossküche

Obwohl regionale Lebensmittel für Grossküchen viele Vorzüge haben, kann deren Einsatz möglicherweise mit einem höheren Aufwand verbunden sein:

- der zeitliche Aufwand durch verstärkten Verarbeitungsaufwand
- eventuell Mehrkosten durch höhere Warenpreise und Personalkosten

- die fehlenden Verwendungsmöglichkeiten oder Rezepte bei nicht alltäglichen Produkten
- die fehlende Akzeptanz bei den Gästen, v. a. wenn Produkte nicht bekannt sind
- die eingeschränkte, saisonale Angebotspalette, besonders in den Wintermonaten

Landwirtschaftliche Produzentenplattformen für die regionale Beschaffung nutzen

Achten Sie beim Einkauf auch darauf, die regionale Wirtschaft zu unterstützen und zu stärken. Gemeinschaftsgastronomie-Betriebe welche mehr Produkte aus der Region verwenden möchten, können einen ersten Schritt machen indem sie einen Landwirt/eine Bäuerin mit Direktvermarktung kontaktieren. Angebote direkt vom Hof: **www.vomhof.ch** ist die grösste Online-Direktvermarktungsplattform für landwirtschaftliche Produkte, hier finden Sie die Angebote von Landwirten aus ihrer Region in den Produktekategorien Brot, Getreide, Früchte, Beeren, Gemüse, Kräuter, Eier, Fleisch, Milchprodukte und Getränke. **https://www.vomhof.ch/de/hof-suche/**

Weitere Hinweise auf regionale Produzentenverzeichnisse aus den Kantonen und Regionen finden sich im Anhang 11.1 dieses Berichtes, besonders bekannt sind:

Culinarium-Produzenten. (https://www.culinarium.ch/finden/).

Das Beste der Region (https://www.regionalprodukte.ch/produkte-produzenten.html)

alpinavera-Produzenten (https://www.alpinavera.ch/de/produzenten/)

Auskünfte können auch die kantonalen Bauernverbände, die landwirtschaftlichen Branchenverbände und Webseiten von Landwirtschaftsbetrieben geben.

Schritte zu mehr regionalen Produkten in der Gemeinschaftsgastronomie:

1. Informieren Sie sich über regionale Angebote und regionale Produzentenplattformen.
2. Schauen Sie wie anderen Küchen regionale Produkte einsetzen und lassen sich von KollegInnen über ihre Erfahrungen informieren.
3. Beziehen Sie Alle von Anfang an ein: Besprechen Sie das Thema regionale Lebensmittel mit Ihren Trägergremien, Ihren MitarbeiterInnen und mit Ihren Lieferanten.
4. Nutzen Sie Informationsmöglichkeiten von und bei Landwirten und gewerblichen Lebensmittelbetrieben.
5. Überlegen Sie sich, welcher Weg (welche Strategie) für Ihre Küche der richtige ist.
6. Nehmen Sie Ihre MitarbeiterInnen, Gäste und Bewohner auf diesen Weg mit.
7. Lassen Sie sich und Ihren Lieferanten Zeit für die Neugestaltung Ihrer Lieferbeziehungen.
8. Stellen Sie den Menüplan schrittweise auf vermehrt saisongerechte und regionale Produkte um.
9. Bieten Sie Ihren Gästen regionale Besonderheiten, saisonale Aktionen und Rezepte aus regionalen Produkten, die sie gerne essen.

Quelle: Genuss aus dem Münsterland - Leitfaden für den Einsatz regionaler Produkte in der Gemeinschaftsverpflegung

Konkrete Tipps zum Einkauf regionaler Lebensmittel

- *Informieren Sie sich zuerst bei Ihren Lieferanten, welche regionalen Lebensmittel je nach Saison geliefert werden können.*
- *Achten Sie insbesondere bei Obst und Gemüse/Salat auf saisonale Angebote.*
- *Die Obst und Gemüse-Saisonkalender zeigen zu jeder Jahreszeit, was aktuell aus heimischem Anbau zur Verfügung steht.*
- *Fordern Sie von den Lieferanten Nachweise zur regionalen Herkunft ein und dokumentieren Sie diese z. B. durch Lieferscheine, Zertifizierungsnachweise etc.*
- *Die fortlaufende Dokumentation des Anteils der regionalen Lebensmittel an ihrem gesamten Einkaufsvolumen hilft dabei, den Überblick zu behalten.*
- *Bauen Sie ein regionales Lieferantennetzwerk, bzw. direkte Beziehungen zu Landwirten auf.*
- *Besuchen Sie die Lieferbetriebe insbesondere zu Beginn der Lieferbeziehung.*
- *Nutzen Sie das neue Direktvermarkter-Portal **www.vomhof.ch***
- *Beachten Sie die Herkunftszeichen der Regionen*

Quelle: Bayerische Leitlinien Betriebsgastronomie, Nährwert mit Mehrwert - Essen am Arbeitsplatz

8 Landwirte und Lebensmittelgewerbe liefern regional

Bei immer mehr Gemeinschaftsgastronomie-Gästen steht die regionale Küche hoch im Kurs. Die Vorteile regionaler Produkte liegen auf der Hand: kurze Transportwege, ausreifte, frisch geerntete Produkte. Das macht regionale Direktlieferanten attraktiv. Direkt beliefern heisst Stufen der Wertschöpfungskette zu überspringen und damit einen höheren Anteil am Verkaufspreis franko Gemeinschaftsgastronomie-Betrieb erzielen zu können. Das setzt voraus, dass ein Lieferant hohe Qualität und Frische anbieten und die nötigen Lieferbedingungen (verfügbare Mengen, Logistik) erfüllen kann. Köchinnen und Köche der Gemeinschaftsgastronomie haben oft besondere Ansprüche an die Lebensmittel und Serviceleistungen. Landwirte und lebensmittelverarbeitende Gewerbebetriebe die über einen soliden Leistungsausweis in ihrer Produktevermarktung verfügen, haben gute Voraussetzungen um auch Gemeinschaftsgastronomie-Küchen in ihrer Region beliefern zu können. Werden Sie aktiv und kontaktieren Sie Alterszentren, Behinderteninstitutionen, Spitäler und Schulen in Ihrer Region. So erhalten Sie neue Absatzchancen, kurze Lieferwege und zuverlässige Kunden.

Um den eigenen Betrieb und seine Angebote bekannter zu machen, eignen sich ausgewählte Marketing-Instrumente, wie die eigene Website, die Website von Vermarktungsplattformen, E-Mail-Newsletter für Stammkunden, Hof-Flyer, Auftritt an regionalen Gewerbemessen, Verkaufskontakte und -gespräche.

9 Die öffentliche Beschaffung von Lebensmitteln

Was sind öffentliche Aufträge?

Ein öffentlicher Auftrag kann als Vertrag zwischen einer Behörde oder einem staatlichen Unternehmen und einem privatwirtschaftlichen Anbieter definiert werden. Von einem öffentlichen Auftrag ist die Rede, wenn eine staatliche Behörde oder ein Unternehmen, welches dem öffentlichen Beschaffungsrecht untersteht, mit einem privatwirtschaftlichen Anbieter einen entgeltlichen Vertrag über die Beschaffung von Gütern, Dienstleistungen oder Bauaufträgen abschliesst.

Rechtsgrundlagen

Für öffentliche Beschaffungen gelten klar definierte Rechtsgrundlagen. Die Basis für das öffentliche Beschaffungsrecht in der Schweiz bildet das WTO-Übereinkommen über das öffentliche Beschaffungswesen (GPA-WTO), in dem die Mindestanforderungen festgehalten sind. Die öffentlichen Beschaffungen des Bundes werden im Bundesgesetz über das öffentliche Beschaffungswesen (BöB) und in der Verordnung über das öffentliche Beschaffungswesen (VöB) genauer geregelt. Die Interkantonale Vereinbarung über das öffentliche Beschaffungswesen (IVöB) bietet einen Gesetzesrahmen auf kantonaler und kommunaler Ebene. Dieser Rahmen wird durch die jeweiligen kantonalen Ausführungsgesetze konkretisiert.

Transparenz

Das öffentliche Beschaffungsrecht schreibt ein transparentes Verfahren der Auftragsvergabe vor. Es verpflichtet die öffentlichen Behörden und die ihnen angegliederten Unternehmen, Aufträge und Beschaffungen der öffentlichen Hand ab einem bestimmten Schwellenwert öffentlich bekanntzugeben. Die VöB regelt, welche Verfahren anzuwenden sind, insbesondere in Abhängigkeit von der Art und dem geschätzten Wert des Auftrags.

Optimale Verwendung öffentlicher Gelder

Dieses Einbringen in den Wettbewerb gewährt den privaten Unternehmen einen transparenten Zugang zu den Ausschreibungen der öffentlichen Hand auf kommunaler, kantonaler und nationaler Ebene. Darüber hinaus bietet sie den öffentlichen Institutionen und Gebietskörperschaften die Möglichkeit, das wirtschaftlich günstigste Angebot auszuwählen, was eine optimale Verwendung der öffentlichen Gelder sicherstellt. Heute muss darauf geachtet werden, dass das ökonomisch, ökologisch und sozial nachhaltigste Angebot ausgewählt wird.Quelle: https://www.kmu.admin.ch/kmu/de/home/praktisches-wissen/kmu-betreiben/oeffentliche-auftraege/definition.html

Im Projekt ‚Nachhaltige Versorgung der Gemeinschaftsgastronomie' wurden bei der Versorgung mit Lebensmittel in zwei Bereichen öffentliche Ausschreibungen angetroffen:

1. **Beschaffung/Einkauf von Lebensmitteln** durch Städte, Gemeinden oder Trägerschaften von öffentlichen Betrieben (Alterszentren, etc.)

2. **Vergabe von Aufträgen/Mandaten zum Führen von Schulmensen und Mittagstischen** (Catering-Aufträge) durch Städte, Gemeinden oder Trägerschaften von öffentlichen Betrieben

Die Volumen von Lebensmitteln (mengen- und wertmässig), welche von solchen öffentlichen Ausschreibungen betroffen sind, sind beachtlich und für die regionale Wirtschaft und Landwirtschaft von Bedeutung.

Aus Sicht dieses Projektes ist es wichtig zu wissen, welchen Anforderungen in solchen Ausschreibungen an die zu beschaffenden Lebensmittel gestellt werden. Wieweit werden die Kriterien der Nachhaltigkeit, Regionalität und Saisonalität berücksichtigt und mit welchen Empfehlungen könnten allenfalls Verbesserungen erzielt werden?

Auswirkungen der öffentlichen Beschaffung von Lebensmitteln

Die Vorteile von öffentlichen Ausschreibungen zur Beschaffung von Lebensmitteln liegen u.a. bei der Auswahl von Lieferanten mit hoher Professionalität und Erfahrung, breitem Sortiment, moderner Distribution und Logistik (u.a. Digitalisierung) und dem bestem Preis-/Leistungsverhältnis, also u.a. beim Erzielen von Kosteneinsparungen.

Öffentliche Ausschreibungen haben auch gewisse nachteilige Auswirkungen. Traditionelle Geschäftsbeziehungen zwischen kleineren lokalen Lieferanten werden gekappt, diese verlieren ihre regionalen Abnehmer. Die Belieferung wird durch professionelle Grosshändler und Importeure abgelöst. Regionale Produzenten können dadurch viel weniger am Mehrwert der Wertschöpfungskette teilhaben, weil für sie die direkte Belieferung dieser Betriebe nicht mehr möglich ist. Jede Art von koordiniertem, gepooltem, zentralisiertem Einkauf von öffentlichen und privaten Institutionen mit dem Ziel Einkaufsvolumen zu schaffen und Kosten zu senken, führt i.d.R. auch dazu, dass eine kleinere Anzahl grösserer Lieferanten die Belieferung übernehmen. Städte, Gemeinden und öffentliche Betriebe sollten sich dieser Wirkungen bewusst sein und sich damit auseinandersetzen, wie nachhaltige Lösungen gefunden werden, indem sie beispielsweise typische landwirtschaftliche und gewerbliche Lebensmittelposten weiterhin regional und lokal einkaufen (z.B. Kernobst/Steinobst und Gemüse, Kartoffeln, Milchprodukte/Käse, Brot/Backwaren, Fleisch), ausserhalb von öffentlichen Ausschreibungen.

Nehmen wir das Beispiel der koordinierten Lebensmittelbeschaffung der Stadt Zürich: Wir betrachten dabei nur Produkte, welche Landwirte und kleine Gewerbebetriebe problemlos liefern könnten, also v.a. regionale, wenig verarbeitete Produkte und regionale Rohprodukte. Hier erreicht der jährliche Beschaffungswert (inkl. Bio-Anteilen) von Käse, Milch, Rahm, Bio-Milchprodukten, Eiern, Äpfeln, Birnen, Kartoffeln sowie Apfelsaft und regionalen Weinen die Grössenordnung von über Fr. 1.25 Mio./Jahr (Schätzung). Punkto Nachhaltigkeitsanforderungen werden von der Stadt Zürich heute Anteile von mindestens 6 % Bioprodukten und mindestens 15% Labelprodukten verlangt. Schwieriger gestaltet sich die Formulierung von Anforderungen bezüglich regionaler Herkunft der Lebensmittel, weil eine Bevorzugung regionaler Produzenten in der öffentlichen Beschaffung vermieden werden soll.

Die koordinierte Beschaffung führte dazu, dass die Anzahl der Lieferanten stark reduziert werden konnte, was zwar betriebswirtschaftlich und finanzpolitisch positiv ist, aber der regionalen Wirtschaft (v.a. Landwirten und kleinen Gewerbebetrieben) Absatzmöglichkeiten entzogen hat. Die Verteilung des Mehrwertes in dieser Wertschöpfungskette dürfte sich damit tendenzmässigen weg von regionaler Landwirtschaft und Kleingewerbe, hin zu grösseren Verarbeitern und Lebensmittelhändlern mit nichtregionalen Produzenten, verlagert haben. Es ist davon auszugehen, dass diese Entwicklung durch die öffentliche Beschaffung von Städten, Gemeinden und öffentlichen Betrieben in dieser Richtung weiter geht, sofern hier nicht ein Umdenken einsetzt.

Empfehlungen für Entscheidungsträger und Vergabestellen

Städte, Gemeinden und Gemeinschaftsgastronomie-Betriebe sollten bei der öffentlichen Ausschreibungen zur Lebensmittelbeschaffung darauf achten, dass sie in den Produktebereichen Obst, Kartoffeln, Süssmost, Wein, etc. (Kernobst/Steinobst und Gemüse, Kartoffeln, Milchprodukte/Käse, Brot/Backwaren, Fleisch) separate Ausschreibungen erstellen, die auch von kleineren, spezialisierten regionalen Lieferanten erfüllt werden können.

Sachlich begründet und damit unproblematisch ist in öffentlichen Ausschreibungen die Anforderung nach saisonalen Lebensmitteln (betrifft v.a. Früchte und Gemüse). Es ist empfehlenswert, den Begriff „saisonal" in einer Leistungsbeschreibung zu definieren. Dies kann z. B. durch Beifügung eines Saisonkalenders mit den entsprechenden Produkten (Früchte und Gemüse) erfolgen. Sachlich begründet kann in öffentlichen Ausschreibungen z.B. auch die Anforderung nach kurzfristig möglichen Nachlieferungen von Lebensmitteln(z. B. innerhalb 4 Stunden) für unvorhergesehene Cateringaufträge sein.

Eine umweltfreundliche und sozialverträgliche Beschaffung – und damit auch der Einkauf von nachhaltigen Lebensmitteln, ist eine Managementaufgabe. Dabei sollten sich alle Entscheidungsträger bewusst werden, dass das funktionierende regionale Wirtschaftsnetzwerk ein wichtiger Wert ist und regionale Produkte durchaus etwas mehr kosten dürfen. Entsprechend sollten Verantwortliche hier ihren eigenen Handlungsspielraum bei der Beschaffung regionaler Produkte mit Überzeugung nutzen. Ganz unter dem Motto „Wo ein Wille ist, ist auch ein Weg!"

Politische Beschlüsse und Strategien zeigen hohe Wirkung

Die Erfahrung aus verschiedenen Kantonen und Städten lehrt uns, dass politische Beschlüsse bezüglich vermehrter nachhaltiger und regionaler Lebensmittelversorgung ein starkes Signal mit einer entsprechenden Verbindlichkeit für die Verantwortlichen in den Institutionen darstellen. Für die erfolgreiche Umsetzung von mehr nachhaltigen Lebensmitteln in den Betrieben von Städten und Gemeinden, sollte für die zuständigen Beschaffungsstellen ein klarer politischer Handlungsrahmen geschaffen werden. Dazu gehören ein möglichst genauer Grundsatzbeschluss der politischen Ebene (z. B. Gemeinderat, Stadtrat) und ein klares Bekenntnis der Verwaltungsspitze zur Zielsetzung. Konkrete Ziele, wie beispielsweise die Angabe eines bestimmten Prozentanteils von Bio- und anderen Label-Lebensmitteln in definierten Bereichen (z. B. Verpflegung in Kindertagesstätten, Verpflegung in Schulen, Lebensmittel in städtischen Verpflegungsbetrieben), sind zielführender als allgemein gehaltene Vorgaben. Die Strategie des Regierungsrates des Kantons Waadt und auch die Anstrengungen der Stadt Zürich sind gute Beispiele dafür.

Empfehlungen für Landwirte, Lebensmittel-Gewerbe ihre Berufsorganisationen

Um bei öffentlichen Beschaffungs-Ausschreibungen mithalten zu können, brauchen Gewerbebetriebe und Landwirte mehr Dossierkompetenz und Unterstützung bei der Erstellung von Angebotsdossiers. Hier sind Berufsorganisationen und die Beratung im Bereich der Schulung und der fachlichen Beratung gefordert.

Mehrere kleine Anbieter können, - unterstützt von ihren Organisationen -, versuchen ihr Angebot zu bündeln und damit die Anforderungen von öffentlichen Ausschreibungen (z.B. Obst, Gemüse, Milchprodukte, Backwaren, Fleisch) zu erfüllen. Entsprechende Pilotprojekte müssten dazu die Praxistauglichkeit entwickeln und Lösungswege aufzeigen. Landwirtschaftliche und gewerbliche InteressenvertreterInnen und ihre Organisationen sollten diesen Themen Beachtung schenken.

Vergabe von Catering-Aufträgen (Schulmensen)

Städte und Gemeinden haben bei der Vergabe von Catering-Aufträgen mehr Spielraum bei den Nachhaltigkeitsanforderungen. Sie können bei den Zuschlagskriterien die Leistung von Anbietern bezüglich Nachhaltigkeit, Swissness, Regionalität und Saisonalität der Lebensmittel abfragen und bewerten. Im Projekt wird dazu eine Mustertabelle zur Verfügung gestellt (siehe Anhang 11.2).

Der **Bundesgerichtsentscheid 2C 880/2015 vom 6. März 2017** gesteht Städten und Gemeinden das Recht zu, bei Ausschreibungen gemäss Binnenmarktgesetz, Anforderungen zu stellen, die über die eigentlichen wirtschaftlichen und qualitativen Anforderungen hinausgehen und ökologischer oder sozialer Art sind. Die Leistungsvergabe bei Schulkantinen untersteht dem Binnenmarktgesetz. Städte und Gemeinden können in öffentlichen Ausschreibungen von ihren Bietern (Caterern, Betreiber von Schulmensen) Informationen darüber verlangen, in welchem Umfang sie in einer Schulküche z.B. schweizerische, kantonale, regionale und saisonale Produkte verwenden werden. Der Kanton Waadt hat dazu ein Musterdossier „Öffentliche Ausschreibung für das Führen einer Mittelschulmensa" erarbeitet, welches diesen Sachverhalt berücksichtigt. Das **Formular zur Bewertung der Leistung eines Bieters bezüglich der Verwendung von regionalen und saisonalen Produkten (Zuschlagkriterien)** befindet sich im Anhang 11.2 dieses Berichtes. Wir empfehlen dieses Formular zur Ergänzung der Zuschlagkriterien in öffentlichen Ausschreibungsdossiers. Weitere Infos auf der AGRIDEA Projekt-Website.

«PUSCH - Praktischer Umweltschutz» hat 2018 ein umfassendes **Merkblatt „Verpflegungsdienstleistung – Nachhaltige Beschaffung"** erarbeitet und auf ‚Kompass Nachhaltigkeit – Öffentliche Beschaffung' publiziert. Das Merkblatt fokussiert auf ökologische und soziale Aspekte rund um Verpflegungsdienstleistungen.

10 Schlussfolgerungen

Im Projekt konnte mit den Beelong-Analysen, den verschiedenen weiteren Recherchen und den Weiterbildungsanlässen das Verständnis über die Lebensmittelversorgung der Gemeinschaftsgastronomie, der dazugehörigen Wertschöpfungsketten und der öffentliche Beschaffung von nachhaltigen Lebensmitteln im Metropolitanraum Zürich verbessert werden.

Die Beelong-Analyse ist für Gemeinschaftsgastronomie-Betriebe eine sehr geeignete Grundlage zur Standortbestimmung und zur Entwicklung einer Nachhaltigkeitsstrategie. Die im Pilotbetriebsnetz analysierten Betriebe sind auf dem richtigen Weg und werden sich punkto Nachhaltigkeit weiter verbessern. Weitere Betriebe und Organisationen interessieren sich zwischenzeitlich für die Methode. Geschäftsführer und Küchenchefs der Betriebe haben es in der Hand, nachhaltiger und regionaler einzukaufen, der Nutzen davon ist unbestritten. Regionale Landwirte

und das regionale Lebensmittelgewerbe sind ihrerseits aufgefordert, aktiv auf die Gemeinschaftsgastronomie-Küchen zuzugehen und ihnen ihre Produkteangebote vorzustellen.

Die öffentliche Beschaffung (öB) ist komplex. Die Verbesserung der Nachhaltigkeit in der öB beschäftigt heute verschiedene Fachleute. Die Hindernisse bei der nachhaltigen öffentlichen Beschaffung von Lebensmitteln und andere negative Nebeneffekte der öffentlichen Beschaffung müssen bewusst gemacht und diskutiert werden. Insbesondere der Zugang für Produkte aus der Region muss verbessert werden. So sollen bezüglich Nachhaltigkeit und vermehrt regionaler Beschaffung von Lebensmitteln Verbesserungsansätze gefunden und umgesetzt werden.

Das Projekt hat im Metropolitanraum Zürich verschiedene Themen angesprochen, analysiert, Diskussion losgetreten und die Akteure vernetzt. Die gesteckten Ziele wurden weitgehend erreicht, jedoch ist damit das Verbesserungspotenzial Metropolitanraum Zürich noch lange nicht ausgeschöpft. Die Anstrengungen dazu müssen auf allen Handlungsebenen weitergehen.

11 Anhang

11.1 Kontakte zu landwirtschaftlichen Lieferanten der Region

Angebote direkt vom Hof: „Vom Hof", ist die grösste Online-Direktvermarktungsplattform für landwirtschaftliche Produkte, hier finden Sie die Angebote von Landwirten aus ihrer Region in den Produktekategorien Brot, Getreide, Früchte, Beeren, Gemüse, Kräuter, Eier, Fleisch, Milchprodukte und Getränke.

https://www.vomhof.ch/de/hof-suche/

Sie möchten in ihrem Gemeinschaftsgastronomie-Betrieb mehr Produkte aus der Region verwenden? Machen Sie den ersten Schritt und kontaktieren sie einen Landwirt/eine Bäuerin mit Direktvermarktung.

Weitere regionale Produzentenverzeichnisse, über welche Sie Produkte aus ihrer Region finden (hier sind nur die Kantone im Projektgebiet des Metropolitanraumes Zürich aufgeführt):

Kanton	Anbieter	Link auf die Website
Über-regionale Plattformen	«Das Beste der Region» Culinarium Ostschweiz	https://www.regionalprodukte.ch/produkte-produzenten.html https://www.culinarium.ch/finden/ https://www.culinarium.ch/finden/?search_by_information=&search_finden=Suchen&search_by_articles=Providers&business_regions%5B%5D=Schaffhausen
Zürich	Natürli, Zürioberland Regionalprodukte ProduzentInnenliste natürli	https://www.vomhof.ch/de/hof-suche/ https://www2.naturli-ag.ch/index.php/produkteliste Wo natürli-Produkte kaufen? https://www2.naturli-ag.ch/ https://www.zuerioberland-regionalprodukte.ch/produzenten/produzentenfinder/ https://www.zuerioberland-regionalprodukte.ch/produzenten/
Zug		https://www.vomhof.ch/de/hof-suche/
Schwyz	Regionalprodukte der Marke "Urschwyz" Schwyzer Biobauern mit Direktvermarktung:	https://www.urschwyz.ch/regionalprodukte/hofladen-hofverkauf/ https://www.urschwyz.ch/regionalprodukte/alpproduktealpkaese/ http://www.bioschwyz.ch/cms/index.php?id=15&no_cache=1

Schaffhausen	Regionaler Naturpark Schaffhausen	https://naturpark-schaffhausen.ch/de/produkte-gewerbe/naturpark-produkte.html
Aargau	Aargauer Konsumentenplattform www.landwirtschaft.ag Obstproduzenten: Jurapark Aargau	http://www.landwirtschaft.ag/Produkte/vom-Hof https://www.vaop.ch/dienstleister/direktvermarkter/ https://jurapark-aargau.ch/regionalprodukte.html
Luzern	«Das Beste der Region» Direktvermarkterverzeichnis	https://www.vomhof.ch/de/hof-suche/ https://www.regionalprodukte.ch/produkte-produzenten.html https://www.luzernerbauern.ch/dienstleistungen/marketing/#direkt-vermarktung
St. Gallen	Culinarium	https://www.culinarium.ch/finden/ https://www.vomhof.ch/de/hof-suche/
Thurgau		https://www.vomhof.ch/de/hof-suche/

Informationen über Landwirte als Lieferanten können die kantonalen Bauernverbände geben

ZH	**Zürcher Bauernverband** Lagerstrasse 14 8600 Dübendorf	SH	**Schaffhauser Bauernverband** Blomberg 2 8217 Wilchingen
LU	**Luzerner Bäuerinnen- und Bauernverband (LBV)** Schellenrain 5 6210 Sursee	SG	**St. Galler Bauernverband** Magdenauerstrasse 2, Postfach 151 9230 Flawil
SZ	**Bauernvereinigung des Kantons Schwyz** Landstrasse 35, Postfach 63 6418 Rothenthurm	AG	**Bauernverband Aargau** Im Roos 5 5630 Muri
GL	**Glarner Bauernverband** Geschäftsstelle Ygrubenstrasse 9 8750 Glarus	TG	**Verband Thurgauer Landwirtschaft** Industriestrasse 9 8570 Weinfelden
ZG	**Zuger Bauernverband** Bergackerstrasse 42 6330 Cham		

LID: https://www.lid.ch/organisationen/agriadress/adresse-suchen/

11.2 Öffentliche Beschaffung, Zuschlagskriterien: Angaben zur Verwendung von regionalen und saisonalen Produkten

BEWERTUNG DER LEISTUNG DES BIETERS (SCHULMENSA / CATERINGSERVICE)
ZUSCHLAGSKRITERIEN:
Angaben zur Verwendung von regionalen und saisonalen Produkten

Die nachfolgenden Fragen betreffen nur den Markt, der Gegenstand der Ausschreibung ist, und nicht das Funktionieren des Unternehmens im Allgemeinen.

Name des Unternehmens: _____

	Titel der Frage	Frage	Antworten		
1	**Rückverfolgbarkeit**	Sind systematische **Produktinformationen über die Herkunft und die Label-Kennzeichnung** für die Mandanten/Kunden verfügbar?	Eine Antwort auswählen	☐	Nein.
				☐	Teilweise. Auf Anfrage verfügbar, oder unvollständig.
				☐	Ja. Verfügbar auf Lieferscheinen, Datenblättern, Produktekatalog oder Bestellplattform.
2	**Verarbeitung (*)**	Welches **Mindestniveau an unverarbeiteten Lebensmitteln** für die Menüzubereitung, - anteilmässig an der gesamten jährlichen Lebensmittelmengen (kg) zum Zeitpunkt des Kaufs, - kann Ihr Unternehmen garantieren?	Eine Antwort auswählen	☐	0 bis 65 %
				☐	66 bis 75 %
				☐	76 bis 85 %
				☐	86 bis 100 %
3	**Herstellungsort der Rohstoffe (*)**				
3,01	**Fleisch - Rind, Kalb**	Warenkategorie **«Fleisch – Rind, Kalb»**: Welches Versorgungsniveau mit **Schweizer Produkten**, anteilmässig an der gesamten jährlichen Rindfleischmenge (kg), kann Ihr Unternehmen garantieren?	Eine Antwort auswählen	☐	0 bis 75 %
				☐	76 bis 85 %
				☐	86 bis 95 %
				☐	96 bis 100 %
3,02	**Fleisch - Rind, Kalb**	Warenkategorie **«Fleisch – Rind, Kalb»**: Welches Versorgungsniveau mit **Deutschschweizer Produkten**, anteilmässig an der gesamten jährlichen Schweizer Rindfleischmenge (kg), kann Ihr Unternehmen garantieren?	Eine Antwort auswählen	☐	0 bis 70 %
				☐	71 bis 80 %
				☐	81 bis 90 %
				☐	91 bis 100 %
3,03	**Fleisch - Rind, Kalb**	Warenkategorie **«Fleisch – Rind, Kalb»**: Welches Versorgungsniveau mit **Produkten der Region X/der Kantone Y,Z,** anteilmässig an der gesamten jährlichen Schweizer Rindfleischmenge (kg), kann Ihr Unternehmen garantieren?	Eine Antwort auswählen	☐	0 bis 10 %
				☐	11 bis 20%
				☐	21 bis 30 %
				☐	31 bis 100%
3,04	**Fleisch - Lamm**	Warenkategorie **«Fleisch – Lamm»**, Kann ihr Unternehmen das folgende minimale Versorgungsniveau garantieren: 10 % Schweizer Lammfleisch, 10 % Lammfleisch aus der EU, beim Importfleisch?	Eine Antwort auswählen	☐	Nein.
				☐	Ja.

Quelle: ETAT DE VAUD - DEPARTEMENT DE LA FORMATION, DE LA JEUNESSE ET DE LA CULTURE; APPEL D'OFFRES POUR L'EXPLOITATION DE LA CAFETERIA DES ECOLES DU SITE DE XXX; Übersetzung ins Deutsch, AGRIDEA 8315 Lindau

1

3,15	**Gemüse**	Warenkategorie **«Gemüse»**: Welches Versorgungsniveau mit Produkten **der Region X/der Kantone Y,Z**, anteilmässig an der gesamten jährlichen Schweizer Gemüsemenge (kg), kann Ihr Unternehmen garantieren?	Eine Antwort auswählen	☐	0 bis 40 %
				☐	41 bis 60 %
				☐	61 bis 80 %
				☐	81 bis 100 %
3,16	**Früchte**	Warenkategorie **«Früchte»**: Welches Versorgungsniveau mit **Schweizer Produkten**, anteilmässig an der gesamten jährlichen Früchtemenge (kg), kann Ihr Unternehmen garantieren?	Eine Antwort auswählen	☐	0 bis 30 %
				☐	31 bis 50 %
				☐	51 bis 70 %
				☐	71 bis 100 %
3,17	**Früchte**	Warenkategorie **«Früchte»**: Welches Versorgungsniveau mit Produkten **der Region X/der Kantone Y,Z**, anteilmässig an der gesamten jährlichen Schweizer Früchtemenge (kg), kann Ihr Unternehmen garantieren?	Eine Antwort auswählen	☐	0 bis 20 %
				☐	21 bis 40 %
				☐	41 bis 60 %
				☐	61 bis 100 %
4	**Saisongerechte Versorgung (*)**				
4,01	**Gemüse**	Warenkategorie **«Gemüse frisch»**: Welches Versorgungsniveau **gemäss den offiziellen Saisonkalendern**, anteilmässig an der gesamten jährlichen Schweizer Menge Frischgemüse (kg), kann Ihr Unternehmen garantieren?	Eine Antwort auswählen	☐	0 bis 84 %
				☐	85 bis 90 %
				☐	91 bis 94 %
				☐	95 bis 100 %
4,02	**Früchte**	Warenkategorie **«Früchte frisch»**: Welches Versorgungsniveau **gemäss den offiziellen Saisonkalendern**, anteilmässig an der gesamten jährlichen Schweizer Menge an frischen Früchten (kg), kann Ihr Unternehmen garantieren?	Eine Antwort auswählen	☐	0 bis 84 %
				☐	85 bis 90 %
				☐	91 bis 94 %
				☐	95 bis 100 %
Ende					

Definitionen und ergänzende Informationen zum Fragebogen

2. Verarbeitung

Ein sogenannt verarbeitetes Produkt entspricht einer kulinarischen Zubereitung, die nicht in der Küche hergestellt und fertig zubereitet wird, zum Beispiel: Ratatouille, gekaufte Obst- und Gemüse-Fertigsalate, zubereitete Gerichte wie Lasagne, Cordon Bleu, Saucen (Mayonnaise, Vinaigrette usw.), Desserts und Dessertpulver, usw. Auf der anderen Seite gelten Convenience-Produkte (Obst und Gemüse gerüstet oder geschnitten) als unverarbeitet, ebenso wie bestimmte Produkte, die nicht in Gemeinschaftsküchen hergestellt werden können, wie Senf oder Brot.

3. Herstellungsort der Rohstoffe

Definition der Herkunft

Die Herkunft bezieht sich auf den Herkunftsort des Lebensmittels, d.h. an dem Ort, an dem der Rohstoff "produziert" wurde und nicht wo es "hergestellt" oder "verarbeitet" wurde.

Für Tiere wird der Aufzuchtort (und nicht das Schlachten oder Zerlegen) berücksichtigt. Für Gemüse berücksichtigt man den Ort der Ernte. Für verarbeitete Produkte ist der Herkunftsort derjenige der Haupt-Zutat. Bei Brot betrachten wir beispielsweise die Herkunft des Mehls.

Die Herkunft umfasst die Herkunft von mindestens 80% der Rohstoffe. Zum Beispiel kann ein Öl als Schweizer Öl betrachtet werden, wenn 80% der Rohstoffe aus der Schweiz stammen.

3.01 / 3.02 / 3.03. Fleisch – Rind, Kalb, Lamm, Schwein
Die Fragen betreffen alle Produkte mit Rind- und Kalbfleisch. Dazu gehören nicht nur frische Produkte , sondern z.B. auch gefüllte Pasta, Spiesse oder Konserven.

3.05. Hühnereier
Die Frage betrifft Schaleneier, flüssige, gekochte Eier und Eipulver. Es betrifft jedoch diejenigen Eier nicht, die in den gekauften, verarbeiteten Erzeugnissen (Kuchen, Mayonnaise usw.) enthalten sind.

3.08. / 3.09. Gemüse, Früchte
In dieser Frage werden Gemüsesäfte und Fruchtsäfte nicht berücksichtigt.

4. Saisongerechter Versorgung

4.01. / 4.02. Gemüse, Früchte

Anerkannten Saisonkalender sind zum Beispiel diejenigen vom WWF, vom Verband Schweizer Gemüseproduzenten oder von Bio Suisse. Saisonkalender, die von einem privaten Unternehmen oder einer Marke stammen, sind nicht erkannt.

Lindau Eschikon 28 • CH-8315 Lindau • T +41 (0)52 354 97 00 • F +41 (0)52 354 97 97
Lausanne Jordils 1 • CP 1080 • CH-1001 Lausanne • T +41 (0)21 619 44 00 • F +41 (0)21 617 02 61
info@agridea.ch **Cadenazzo** A Ramél 18 • CH-6593 Cadenazzo • T +41 (0)91 858 19 66 • F +41 (0)91 850 20 41
www.agridea.ch ISO 9001 • ISO 29990 • IQNet