

Foto: BMLFUW



Projekt KURZSCHLUSS

Allianz zwischen landwirtschaftlichen Produzenten und Großküchen

Stärkung der oberösterreichischen Landwirtschaft
Vernetzung von Produzenten und Großküchen
Beitrag zur Ressourcenschonung

ENDBERICHT

Wien, November 2015

Im Auftrag von:





Die Ressourcen Management Agentur (RMA)
ist ein Klimabündnisbetrieb



Wien, November 2015

Projektleitung:

Hans Daxbeck

Projektsachbearbeitung:

Hans Daxbeck, Lisa Brauneis, Hubert Lemmel, Doris Ehrlinger

Impressum:

Ressourcen Management Agentur (RMA)

Initiative zur Erforschung einer umweltverträglichen nachhaltigen Ressourcenbewirtschaftung

Argentinierstraße 48 / 2. Stock

1040 Wien

Tel.: +43 (0)1 913 22 52.0

Fax: +43 (0)1 913 22 52.22

Email: office@rma.at www.rma.at

In diesem Bericht findet aus Gründen der sprachlichen Vereinfachung und der besseren Lesbarkeit lediglich die männliche Form Verwendung. Die Ausführungen beziehen sich gleichermaßen auf weibliche und männliche Personen.

Kurzfassung

Das Projekt Kurzschluss zielt darauf ab, landwirtschaftliche Produzenten mit Großküchen direkt zu vernetzen. Das Projekt unterteilt sich in 2 Phasen: Die 1. Phase umfasst die Erfassung des Bedarfs zur Vernetzung und die Erstellung eines Maßnahmenkatalogs zur Vernetzung. Die erste Phase basiert auf Befragungen ausgewählter Produzenten und Großküchen-Vertretern. In einer zweiten Phase erfolgt die Umsetzung ausgewählter Vernetzungsmaßnahmen in die Praxis. Ein weiteres Ziel ist die Reduktion von Lebensmittel-Überschüssen im Zuge der Vernetzungen. Der Vorteil für die Großküchen: Mit dem Projekt wird ein abwechslungsreicher und der Saison ausgerichteter Speiseplan in Großküchen forciert sowie die Transparenz hinsichtlich Herkunft und Produktionsbedingungen der eingekauften Lebensmittel gefördert. Für die landwirtschaftlichen Produzenten können Großküchen neue und attraktive Absatzwege darstellen, insbesondere wenn rasch Abnehmer gefunden werden müssen.

Die Bestandsaufnahme im Zuge der Phase 1 des Projekts zeigt: Der Bedarf zur Vernetzung ist bei Produzenten und Großküchen vorhanden. Insbesondere die Produzenten sind regelmäßig mit Überschüssen am eigenen Betrieb konfrontiert, für die die Großküchen aufgrund der großen Verbrauchsmengen potenzielle Abnehmer sind. Die Überschussproblematik betrifft besonders Lebensmittel, die täglich geerntet werden müssen, die ein kleines Erntefenster aufweisen, eine geringe Lagerfähigkeit haben und schnellwüchsig sind, wie etwa Salatgewächse, Zucchini, Tomaten, Gurken oder Erdbeeren. Die Gründe zur Entstehung von Überschüssen sind vielfältig, im Folgenden sind die am häufigsten genannten aufgelistet: optimale Witterungsverhältnisse, hohe Erntekosten (Lebensmittel verbleiben am Feld aufgrund unwirtschaftlicher Ernte) und Mängel hinsichtlich der vom Handel vorgegebenen Qualitätsvorgaben (z.B. Form, Größe, äußeres Erscheinungsbild). Auf die Frage, welche Vernetzungsmaßnahmen geeignet sind, werden von den Befragten am häufigsten genannt die "Ausrichtung der Produktion auf Großküchen" sowie der "Aufbau einer Internet-Plattform" (im Sinne einer Angebotsplattform) an. Die befragten Großküchen-Vertreter nennen "saisonale Speiseplangestaltung", "flexibler Speiseplan" und "frisch kochen" als mögliche Maßnahmen für eine stärkere Vernetzung mit landwirtschaftlichen Produzenten.

Die Umsetzungsphase des Projekts (Phase 2) macht deutlich, dass das Projekt Kurzschluss in die Praxis umsetzbar ist. Die Umsetzung von Vernetzungsaktivitäten in insgesamt 4 Pilotbetrieben wird von den Beteiligten sehr gut bewertet. Erfreulich ist die ebenso gute Bewertung von beiden Seiten aus betriebswirtschaftlicher Sicht. Produzenten erzielen im Vergleich zum Handel einen besseren Preis und haben einen sichereren Absatz aufgrund der großen und kontinuierlichen Abnahmemengen. Den Großküchen wird der Bezug von 100 % regionalem und saisonalem Gemüse gewährleistet, die Preise sind teilweise geringer im Vergleich zum Großhandel. Beide Pilot-Küchen haben im Zuge der Vernetzung ausländisches durch inländisches Gemüse ersetzt, und der Anteil an regionalen und saisonalen Lebensmitteln hat sich merklich erhöht. Die Pilot-Küchen schätzen vor allem die Frische und Qualität der Lebensmittel sowie das Wissen, wie und wo das Lebensmittel produziert wurde. Die Produzenten schätzen den bereits zuvor erwähnten besseren Preis, der erzielt werden kann, kontinu-

ierliche und große Abnahmemengen sowie die vergleichsweise unproblematische Zusammenarbeit mit Großküchen.

Folgende **Schlussfolgerungen** werden aus dem Projekt Kurzschluss abgeleitet:

- Um merklich Produktionsüberschüsse reduzieren zu können, ist eine Vernetzung mit einer erhöhten Anzahl an Großküchen notwendig.
- Produktionsüberschüsse sollen aufgrund von Gemeinschaften und Kooperationen mit anderen Produzenten erst gar nicht entstehen. Mindermengen eines Betriebes könnten durch Übermengen eines anderen Betriebes kompensiert werden.
- Eine Weiterführung des Projekts ist notwendig, insbesondere hinsichtlich
 - Informationsaustausch (z.B. *Produzenten-Küchenleiter-Stammtische*)
 - Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit, wie etwa durch die Bildung von *Kooperationen* zwischen Produzenten. Zudem könnte das Sortiment erhöht werden.
 - Entwicklung einer *Internet-Plattform*
 - Entwicklung eines gemeinsamen *Logistiksystems* im Zuge von Kooperationen
- Produzenten sollten durch Zusammenschlüsse oder Absprachen in der Produktion den Großküchen ein möglichst umfangreiches Sortiment anbieten können.
- Regelmäßiger Informationsaustausch zwischen Produzent und Großküche ist ein wichtiges Element für die Initiierung von Vernetzungsaktivitäten.

Diese **Handlungsempfehlungen** leiten wir aus dem Projekt ab:

Für die Politik:

- Anreize schaffen zur Erhaltung von betriebseigenen Großküchen
- Erweiterung der Kriterien der "Gesunden Küche" um Aspekte der Nachhaltigkeit wie beispielsweise Regionalität, BIO-Qualität etc.
- Initiativen zur Bewusstseinsbildung zum Thema "Wert unserer Lebensmittel", sowie im Handel hinsichtlich der strengen Qualitätsvorgaben für Lebensmittel, fördern

Für die Produzenten:

- Verarbeitung bzw. Haltbarmachung von Übermengen am eigenen Betrieb
- Verstärktes Bewerben von Wintergemüse sowie Erhöhung des Wintersortiments

Für die Großküchen:

- Bekenntnis zu regionalen Lebensmitteln im Küchenleitbild integrieren
- Aktiv bewusst einkaufen: unverarbeitete, regional und saisonale Lebensmittel

Inhaltsverzeichnis

KURZFASSUNG	I
INHALTSVERZEICHNIS	III
1 EINLEITUNG	1
2 ZIELSETZUNG UND FRAGESTELLUNGEN.....	3
3 METHODISCHE VORGEHENSWEISE	5
3.1 Phase 1	5
3.1.1 <i>Ausgewählte Methode</i>	5
3.1.2 <i>Systemgrenze</i>	6
3.1.3 <i>Auswahl der Interviewpartner</i>	7
3.1.3.1 <i>Landwirtschaftliche Produzenten</i>	7
3.1.3.2 <i>Großküchen</i>	8
3.1.4 <i>Datenerhebung</i>	9
3.1.4.1 <i>Fragebogen - Produzenten</i>	10
3.1.4.2 <i>Fragebogen - Großküchen</i>	10
3.1.5 <i>Durchführung der Interviews</i>	11
3.1.6 <i>Auswertung der Interviews</i>	11
3.1.7 <i>Potenzialabschätzung</i>	12
3.1.7.1 <i>Produzent</i>	12
3.1.7.2 <i>Großküche</i>	12
3.1.8 <i>Bewertung der erfassten Maßnahmen (Kosten, Wirkung, Umsetzung)</i>	13
3.2 Phase 2	14
3.2.1 <i>Praktische Umsetzung ausgewählter Maßnahmen</i>	14
3.2.1.1 <i>Auswahl von Maßnahmen</i>	14
3.2.1.2 <i>Auswahl von Pilotbetrieben</i>	15
3.2.1.3 <i>Vorgehen in der Zusammenarbeit zwischen Produzent und Großküche</i>	15
3.2.2 <i>Bewertung der Vernetzungsaktivitäten</i>	17
3.2.2.1 <i>Durchführung der Bewertung</i>	17
3.2.2.2 <i>Auswertung</i>	18
4 ERGEBNISSE	19
4.1 Phase 1	19
4.1.1 <i>IST-Stand der Vernetzung</i>	19
4.1.1.1 <i>Großküchen als Absatzwege für Produzenten</i>	19

4.1.1.2	Produzenten als Lieferanten von Großküchen.....	21
4.1.1.3	Motive für den Einsatz regionaler Lebensmittel	25
4.1.2	Problemerhebung.....	27
4.1.2.1	IST-Stand: Produktionsüberschüsse.....	27
4.1.2.2	Gründe für Produktionsüberschüsse.....	28
4.1.2.3	Problematische Obst- und Gemüsearten.....	32
4.1.2.4	Problembehebung durch Lagerung und/oder Haltbarmachung.....	35
4.1.3	Maßnahmen zur Vernetzung	36
4.1.3.1	Im Produktionsbetrieb.....	36
4.1.3.2	In Großküchen.....	44
4.1.3.3	Vor- und Nachteile von empfohlenen Vernetzungsmaßnahmen	50
4.1.4	Voraussetzungen für eine erfolgreiche Vernetzung	58
4.1.4.1	Anforderungen an Produzenten.....	58
4.1.4.2	Anforderungen an Großküchen	59
4.1.5	Potenzialabschätzung	60
4.1.5.1	Produzenten	60
4.1.5.2	Großküchen.....	63
4.2	Phase 2.....	65
4.2.1	Praktische Umsetzung ausgewählter Maßnahmen.....	66
4.2.1.1	Vernetzung von P 1 und K 1	66
4.2.1.2	Vernetzung P 2 und K 2 sowie K 3	68
4.2.2	Bewertung der Zusammenarbeit zwischen Pilot-Produzent und Pilot-Großküche.....	70
4.2.3	Bewertung der in die Praxis umgesetzten Vernetzungsmaßnahmen	73
4.2.4	Vorschläge für eine potenzielle Weiterentwicklung der Vernetzungsaktivitäten	76
5	ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE.....	77
6	SCHLUSSFOLGERUNGEN	81
7	HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN.....	83
7.1	Für landwirtschaftliche Produzenten.....	83
7.2	Für Großküchen	84
7.3	Für die Politik.....	85
8	ANHANG	87
8.1	Fragebogen für landwirtschaftliche Produzenten - Phase 1.....	87

8.2	Fragebogen für Großküchen-Vertreter - Phase 1	92
8.3	Formular zur Dokumentation der Vernetzung - Produzent	96
8.4	Formular zur Dokumentation der Vernetzung - Küche	97
8.5	Bewertungsfragebogen Produzent	98
8.6	Bewertungsfragebogen Großküche	100
8.7	Bewertungsfragebogen Vernetzungsmaßnahme	102
8.8	Projektfolder	103
8.9	Tischkarte Nr. 1 für Pilotbetriebe	105
8.10	Tischkarte Nr. 2 für Pilotbetriebe	107
9	LITERATURVERZEICHNIS	109

1 Einleitung

Bedingt durch gesellschaftliche Entwicklungen in den letzten Jahrzehnten, nimmt die Außer-Haus-Verpflegung eine immer bedeutendere Rolle ein. Großküchen verbrauchen dabei kontinuierlich enorme Mengen an Lebensmitteln. Durch das steigende Umwelt- und Gesundheitsbewusstsein der Bevölkerung werden immer mehr hochqualitative Speisen sowie die Verwendung von regionalen und saisonalen Lebensmitteln in Betrieben der Gemeinschaftsverpflegung gefordert.

Aus verschiedensten Gründen - wie etwa durch optimale Witterungsverhältnisse - ist seitens landwirtschaftlicher Produzenten eine Überproduktion an Obst und Gemüse vorhanden. Diese Überproduktion führt dazu, dass besonders in Erntezeiten bereits produzierte Lebensmittel nicht mehr verkauft werden können und somit in den Boden eingearbeitet bzw. vernichtet werden müssen. Lebensmittelabfälle führen zu einer Reihe von Umweltauswirkungen durch die ressourcenintensive Herstellung von Lebensmitteln und die daraus entstehenden CO₂-Emissionen. Nicht nur ein Überangebot an Lebensmitteln führt zu Lebensmittelabfällen, auch zu geringe Verkaufspreise führen dazu, dass z.B. bereits produzierte Äpfel nicht geerntet werden, da die Erntekosten über den Verkaufspreis liegen. Die Folge: Äpfel bleiben liegen und verfaulen. Für den Landwirt würde eine Ernte unter dem Selbstkostenpreis einen erheblichen Verlust bedeuten.

Durch eine starke Vernetzung zwischen landwirtschaftlichen Produzenten und Großküchen wird eine Initiative gestartet, dieser Lebensmittelverschwendung entgegenzuwirken. Umweltauswirkungen in Folge der Lebensmittelproduktion werden vermieden, die Wertschätzung für die Lebensmittel aus der Region wird erhöht. Der Bezug von Lebensmitteln aus der Region stärkt heimische Landwirtschaftsbetriebe. Regionales Wirtschaften trägt zur Existenzsicherung und zur Erhaltung der bäuerlich geprägten Kulturlandschaft bei.

In mehreren Phasen werden im Projekt praxistaugliche Maßnahmen zur Vernetzung erfasst und umgesetzt:

1. Es wird der IST-Stand gegenwärtiger Vernetzungsaktivitäten, der Bedarf an weiteren Vernetzungen sowie die hinsichtlich Produktionsüberschüsse problematischen Lebensmittel erfasst. Es wird ein Katalog an Maßnahmen für beide Zielgruppen erstellt, womit eine verstärkte Vernetzung zwischen Großküchen und Produzenten umgesetzt werden kann.
2. In einem zweiten Schritt werden konkrete Maßnahmen aus dem Maßnahmenkatalog herangezogen und in Pilotbetrieben praktisch umgesetzt. Es wird erfasst, welche Maßnahmen zur Vernetzung ein Potenzial hinsichtlich Weiterführung und/oder Erweiterung aufweisen.

2 Zielsetzung und Fragestellungen

Das Ziel des Projekts ist es, die landwirtschaftlichen Produzenten mit potenziellen Abnehmern zu vernetzen, um zu verhindern, dass Lebensmittel zu Abfall werden und insgesamt einen Beitrag zur Ressourcenschonung zu leisten und die Leistungsfähigkeit der oberösterreichischen Produzenten zu stärken.

Das Projekt besteht aus zwei Phasen. In einem ersten Schritt wird eine Bedarfserhebung bei den angesprochenen Zielgruppen durchgeführt. Die Zielgruppen umfassen zum einen landwirtschaftliche Produzenten, zum anderen Großküchen und Großgastronomie. Die Bedarfserhebung umfasst die Beantwortung folgender Fragestellungen:

- Welche Maßnahmen zur Vernetzung können seitens landwirtschaftlicher Produzenten und seitens Großküchen gesetzt werden?
- Welche landwirtschaftlichen Produkte sind hinsichtlich Überschüsse problematisch?
- Welche Lebensmittel aus der Region fragen Großküchen nach - sind diese Lebensmittel mit den hinsichtlich Überschüsse problematischen Lebensmitteln ident?

In der zweiten Phase des Projekts werden in ausgewählten Pilotbetrieben konkrete Maßnahmen zur Vernetzung in die Praxis umgesetzt. Folgende Frage wird beantwortet:

- Welche Maßnahmen weisen ein Potenzial hinsichtlich einer praktischen Weiterführung und Erweiterung der Vernetzung auf?

3 Methodische Vorgehensweise

Im Folgenden wird die methodische Vorgehensweise in der Phase 1 (Bedarfserhebung und Kontaktaufnahme) beschrieben. Ziel der Phase 1 ist die Identifizierung von landwirtschaftlichen Produzenten und Großküchen in Oberösterreich sowie die Durchführung von Interviews mittels eines leitfadengestützten Fragebogens. Es wird der Vernetzungsbedarf bei beiden Zielgruppen erfasst, eine Liste an Lebensmitteln, welche hinsichtlich der Überschuss-Problematik bzw. des Nicht-Verkaufens von besonderer Bedeutung sind, erstellt sowie eine Potenzialabschätzung bei Produzenten und Großküchen durchgeführt.

3.1 Phase 1

3.1.1 Ausgewählte Methode

Zur Beantwortung der Fragestellungen der Phase 1 (siehe Kapitel 2) werden **mündliche Befragungen** mit landwirtschaftlichen Produzenten und Großküchen vor Ort durchgeführt. Zu diesem Zweck wird ein halbstandardisierter Fragebogen mit offenen Fragen entwickelt, um eine möglichst breite Palette an Aspekten, Meinungen und Einstellungen zu erfassen. Bei offenen Fragen werden keine Antwortkategorien vorgegeben, die Antworten werden von den Befragten völlig frei formuliert [Atteslander, 2010]. Die vergleichsweise zeit- und kostenintensive Methode wird ganz bewusst gewählt, da es die einzige geeignete Erhebungsmethode ist, mit der heikle Themen - wie in diesem Projekt 'Lebensmittelvernichtung' - angesprochen werden und auch wahrheitsgemäße Aussagen von den Befragten erhalten werden, da im persönlichen Gespräch Hemmungen abgebaut werden. Zudem werden komplexe Hintergründe für Entscheidungen und des jeweiligen Verhaltens erfasst. Da dem Befragten bei einer mündlichen Befragung eine besondere Bedeutung zukommt, sind die Antworten meist überlegter und tiefergehend als bei anderen Arten von Interviews [SDI-Research Dr. Villani & Partner KG, s.a.].

Ein weiterer Vorteil dieser Erhebungsmethode liegt darin, dass Hilfsmittel vorgelegt werden können [SDI-Research Dr. Villani & Partner KG, s.a.]. Bei der Datenerhebung werden den Befragten **Listen zum Selbstausfüllen** vorgelegt. Es wird erfasst, wie groß die Menge (kg) an produzierten Lebensmitteln ist, und welche Menge (kg) des jeweiligen Lebensmittels von Großküchen nachgefragt wird. Damit wird erfasst, ob die Lebensmittelmengen überhaupt produziert werden, die von den befragten Großküchen benötigt wird.

Vor der Durchführung der Befragungen werden für beide Zielgruppen (Großküchen, Produzenten) Kriterien zur Auswahl der zu Befragenden sowie eine Systemgrenze festgelegt. Nach telefonischen Terminvereinbarungen werden die Interviews durchgeführt und anschließend transkribiert. Die Interviews werden quantitativ analysiert, es werden entsprechend den Antworten Kategorien für jeden Erhebungsbereich erstellt und relevante Textstellen den Kategorien zugewiesen. Anschließend werden in einer Excel-Tabelle die Häufigkeiten an Nennungen je Kategorie erfasst und aufsummiert.

3.1.2 Systemgrenze

Das Projekt ist auf das Bundesland Oberösterreich begrenzt. Es werden ausschließlich Großküchen-VertreterInnen sowie landwirtschaftliche Produzenten befragt, deren Betriebsstandort in Oberösterreich liegt.

Hinsichtlich der Lebensmittel bezieht sich das Projekt auf die Warengruppen Obst und Gemüse, die in Großküchen verwendet werden. Basierend auf dem Projekt UMBESA (Nachhaltiger Speiseplan, umbesa.rma.at), in dem der gesamte Lebensmitteleinsatz von am Projekt teilnehmenden Großküchen erfasst und u.a. hinsichtlich der Warengruppen Obst und Gemüse kategorisiert wurde, wurden die in Großküchen verwendeten Obst- und Gemüsearten festgelegt. Tabelle 3-1 zeigt eine Übersicht dieser Lebensmittel.

Tabelle 3-1: Übersicht der im Projekt behandelten Obst- und Gemüsearten

Obst	Gemüse
Apfel	Artischocken
Birnen	Bärlauch
Brombeeren	Blattsalat
Erdbeeren	Blaukraut
Heidelbeeren	Erbsen
Himbeeren	Fenchel
Kirschen	Fisolen
Marillen	Gurken
Melonen	Karfiol
Physalis	Karotten
Zwetschken	Kartoffeln
	Knoblauch
	Kohl/Wirsing
	Kohlrabi
	Kren
	Kürbis
	Lauch
	Mais
	Mangold
	Melanzani
	Paprika
	Pastinaken
	Pilze
	Radieschen
	Rhabarber
	Rüben
	Schalotten
	Schwarzwurzeln
	Sellerie
	Spargel
	Spinat
	Tomaten
	Topinambur

Obst	Gemüse
	Vogerlsalat Weißkraut Zucchini Zwiebeln

In jeder Liste zum Selbstauffüllen wurde die Kategorie "Sonstige" für jene Lebensmittel angegeben, die nicht in Tabelle 3-1 angeführt sind.

3.1.3 Auswahl der Interviewpartner

In einem zweiten Schritt wird eine Liste an potenziellen Interviewpartnern nach festgelegten Auswahlkriterien, erstellt.

3.1.3.1 Landwirtschaftliche Produzenten

Für die Auswahl von geeigneten Interviewpartnern seitens der Produzenten werden folgende Auswahlkriterien festgelegt:

- eigene landwirtschaftliche Produktion von Obst und Gemüse
- Produktionsort in Oberösterreich
- Haupt- oder Nebenerwerbsproduzent
- möglichst umfangreiches Sortiment, damit eine große Anzahl an Lebensmitteln in die Analyse einfließen und so ein möglichst repräsentativer Überblick gegeben werden kann
- zumindest ein oder mehrere Lebensmittel werden produziert, die in Großküchen einen kumulierten Anteil bis 70 % am gesamten Obst- und Gemüseinsatz aufweisen (siehe Tabelle 3-2)

Tabelle 3-2: Übersicht der mengenmäßig wichtigsten Obst- und Gemüsearten in Großküchen

Lebensmittel	Kumulierter Anteil [%]
Kartoffeln	21
Apfel	33
Zwiebeln	38
Tomaten	43
Kraut	47
Karotten	51
Gurke	54
Blattsalat	57
Salate (Mix)	60
Birnen	63

Lebensmittel	Kumulierter Anteil [%]
Paprika	65
Zucchini	68
Gurken	70

In Zusammenarbeit mit der Landwirtschaftskammer OÖ/Bezirksbauernkammer Eferding, wird eine Kontaktliste mit geeigneten landwirtschaftlichen Produzenten, die befragt werden, zusammengestellt. Dabei werden - neben obenstehenden Auswahlkriterien - zudem jene Produzenten ausgewählt, die bereits Großküchen beliefern sowie jene, von denen vermutet wird, an einer Großküchenbelieferung Interesse zu haben.

3.1.3.2 Großküchen

Für Großküchen als Betriebe der Gemeinschaftsverpflegung bzw. der Gemeinschaftsgastronomie gibt es keine eindeutige und allgemeingültige Definition. [Beer-Borst, 2008] nennt 5 Kriterien, anhand deren sich die Gemeinschaftsgastronomie beschreiben lässt (siehe Abbildung 3-1).

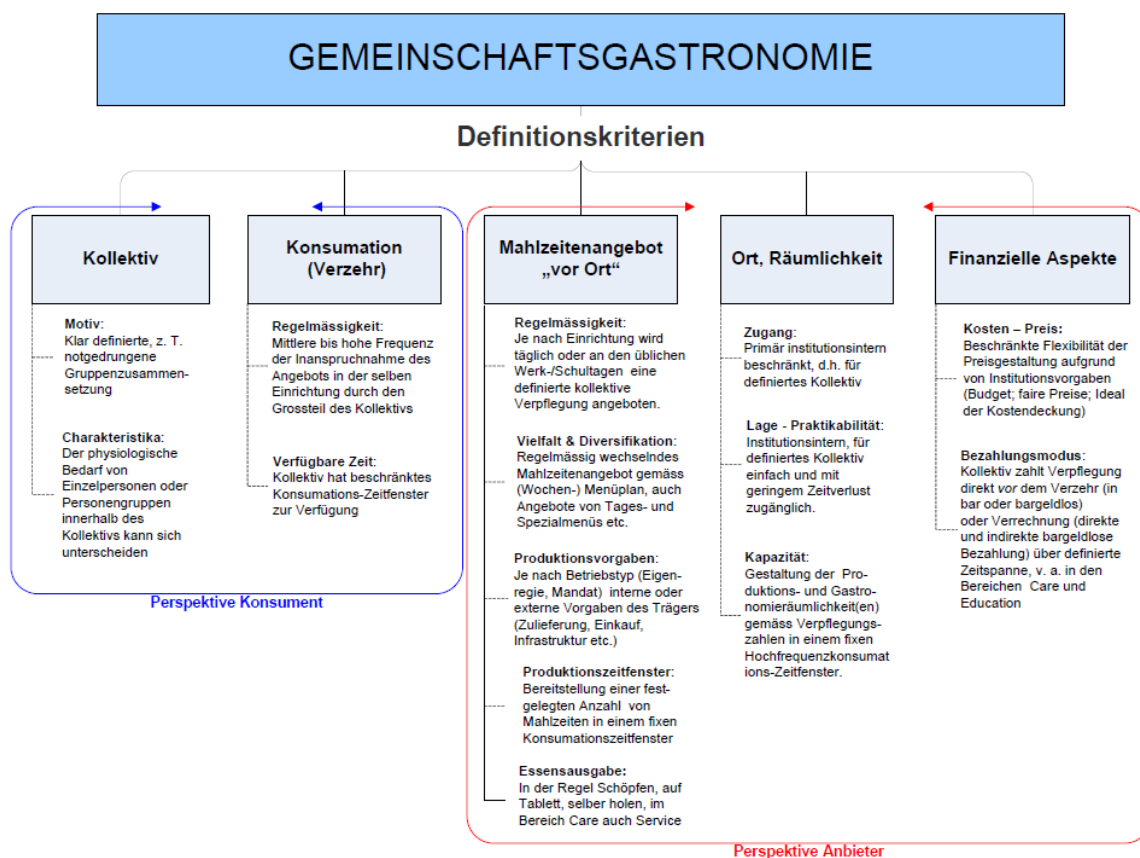


Abbildung 3-1: Definitionskriterien der Gemeinschaftsgastronomie (Quelle: [Beer-Borst, 2008])

Im Rahmen des Projekts Kurzschluss werden - in Anlehnung an den Definitionskriterien von [Beer-Borst, 2008] - für die Auswahl von geeigneten Interviewpartnern seitens der Großküchen folgende Kriterien festgelegt:

- Betriebe, die in einen dieser Bereiche kategorisiert werden können:
 - Business: Betriebs- und Personalgastronomie
 - Care: Spital- und Heimgastronomie
 - Education: Erziehungs- und Bildungsbereich
- Zeitlich eingeschränktes "Konsumations-Zeitfenster" für das Kollektiv
- An üblichen Werktagen wird täglich eine definierte kollektive Verpflegung angeboten
- Grundsätzlich nicht für die allgemeine Öffentlichkeit zugänglich, sondern für ein definiertes Kollektiv
- Kostendeckung steht im Vordergrund (nicht Gewinnmaximierung)

Neben diesen Auswahlkriterien erfolgt die Auswahl hinsichtlich der täglich zubereiteten Speisenanzahl (mindestens 100 Portionen pro Tag) sowie hinsichtlich des Produktionsstandortes (eigene, interne Speisenproduktion im Betrieb).

Die Auswahl eines geeigneten Interviewpartners in Großküchen erfolgt in Abstimmung mit dem/r Küchenleiter/in der jeweiligen Großküche. Es werden jene Personen interviewt, die für den Lebensmitteleinkauf verantwortlich sind, wie etwa Einkaufsleiter, Küchenleiter, Personen vom Beschaffungsmanagement. Im Bedarfsfall bzw. wenn von den Befragten gewünscht, werden auch Paarinterviews durchgeführt (z.B. Küchenleiter und Einkaufsleiter).

Basierend auf diesen Auswahlkriterien wird eine Kontaktliste an potenziellen Großküchen erstellt, die im Rahmen des Projekts befragt werden. Die Erfassung der Kontaktdaten erfolgt in Anlehnung an die AGÖ-Homepage (Arbeitsgemeinschaft Großküchen Österreichs, www.agoe.net), an die Referenzliste der Kessel-Vergabe Österreich sowie an das Projekt "Gesunde Küche" des Landes Oberösterreich. Die Stichprobe beinhaltet Betriebs-, Krankenhaus- und Schulküchen. Über die Einbindung von öffentlichen Verbänden, die über mehrere Großküchen in (Ober)Österreich verfügen (z.B. Krankenhäuser), wird eine Repräsentativität für den Standort Oberösterreich erreicht.

3.1.4 Datenerhebung

Es wird je 1 halbstandardisierter Fragebogen bzw. Interviewleitfaden mit offenen Fragen sowie Listen zum Selbstauffüllen für die zu befragenden landwirtschaftlichen Produzenten und für die VertreterInnen von Großküchen für die Datenerhebung erstellt.

Der Interviewleitfaden beinhaltet eine Reihe von vorformulierten Fragen, die jedem Befragten gestellt werden. Dadurch wird eine Vergleichbarkeit der einzelnen Interviews gewährleistet [Bortz & Döring, 2002].

3.1.4.1 Fragebogen - Produzenten

Der **Interviewleitfaden** für die Datenerhebung seitens der Produzenten gliedert sich in 4 Bereiche, diese sind im Folgenden beschrieben.

Teil 1 - Grundsätzliches zu Ihrem Betrieb: Dieser Themenbereich dient dazu, den IST-Stand des Produktionsbetriebes zu erfassen. Mittels einer Liste zum Selbstausfüllen für die Produzenten werden die jährlich produzierte Menge (kg) des jeweiligen Lebensmittels sowie die Verfügbarkeit nach Monaten erhoben. Zudem wird erfragt, ob derzeit eine Großküchenbelieferung stattfindet und welche Bedingungen derzeit hinsichtlich der Belieferung an die Großküchen gestellt wird. Findet derzeit keine Großküchenbelieferung statt, so wird nach den Gründen der Nicht-Belieferung gefragt.

Teil 2 - Erhebung der Probleme hinsichtlich Produktionsüberschuss: Es wird erfasst, ob der Landwirt bereits einmal in der Lage gewesen ist, dass bereits produzierte Lebensmittel nicht geerntet oder nicht verkauft werden konnten. Mittels einer Liste zum Selbstausfüllen für die Produzenten werden die jeweiligen Lebensmittel und die entsprechenden Mengen (kg) erfasst. Es werden die Gründe für die Überschuss-Problematik erhoben. Des Weiteren wird erfragt, inwiefern sich diese Problematik durch Lagerung oder Verarbeitung beheben lassen würde. Es werden die aktuellen Absatzwege sowie die Bedeutung von Großküchen am derzeitigen Absatz erfasst.

Teil 3 - Maßnahmen zur Vernetzung mit Großküchen: Es wird gefragt, welche Maßnahmen im eigenen Betrieb gesetzt werden können, um sich mit Großküchen stärker zu vernetzen. Es wird erfasst, in welchem Zeitraum die jeweilige genannte Maßnahme umgesetzt werden kann. Zudem wird erfasst, welche Voraussetzungen für eine erfolgreiche Umsetzung der Maßnahmen gegeben sein sollen und wann eine Kooperation bzw. Zusammenarbeit nicht möglich ist.

Teil 4 - Abschluss: Es wird nach weiteren Anmerkungen seitens der ProduzentInnen zum Projekt bzw. zum Thema gefragt.

3.1.4.2 Fragebogen - Großküchen

Der **Interviewleitfaden** für die Datenerhebung seitens der Großküchen gliedert sich in 4 Bereiche, diese sind im Folgenden beschrieben.

Teil 1 - Grundsätzliches zur Küche: Im ersten Teil des Fragebogens werden die täglich gekochten Portionen, die Anzahl an Betriebstagen pro Jahr, das Verpflegungsangebot (Voll- oder Teilverpflegung) sowie das Produktionsverfahren (z.B. Frischküche, Cook & Chill-Küche) erfasst.

Teil 2 - Status Quo und Bedarfserhebung: Mittels einer Liste zum Selbstausfüllen wird erfasst, welche Lebensmittel bereits direkt von einem/r oberösterreichischen Produzenten bezogen werden und welche Lebensmittel (inklusive Mengen kg) noch gerne bezogen werden

möchten. Zudem wird erfragt, welchen Verarbeitungsgrad die genannten Lebensmittel aufweisen müssen, damit sie in der Küche verwendet werden können.

Teil 3 - Rahmenbedingungen und Maßnahmen für eine Vernetzung: Erfasst wird, welche Anforderungen seitens der Küche an den jeweiligen Produzenten gestellt werden, damit eine erfolgreiche Zusammenarbeit zustande kommt. Es wird gefragt, welche Maßnahmen in der eigenen Küche gesetzt werden können, um verstärkt mit Produzenten zusammenarbeiten zu können sowie die jeweilige Vorlaufzeit der Maßnahme. Des Weiteren wird gefragt, wie in der Großküche auf eine Überschuss-Problematik seitens der Produzenten reagiert werden kann (z.B. durch Haltbarmachung).

Teil 4 - Abschluss: Es wird nach weiteren Anmerkungen seitens der Befragten zum Projekt bzw. zum Thema gefragt.

3.1.5 Durchführung der Interviews

Die Durchführung der Interviews erfolgt bei beiden Zielgruppen (Produzenten, Großküchen) in gleicher Weise. Die Interviewpartner werden telefonisch kontaktiert, das Projekt und das Projektziel werden vorgestellt. Bei Interesse des zu Befragenden wird ein Termin für das Interview vereinbart. Die Interviews werden persönlich vor Ort am jeweiligen Arbeitsplatz des Befragten durchgeführt. Die Interviewzeit liegt zwischen 14 und 60 Minuten, im Durchschnitt bei ca. 35 Minuten.

Die durchgeführten Interviews werden - nach dem Einverständnis des Befragten - digital aufgezeichnet und zusätzlich handschriftlich Anmerkungen direkt am Fragebogen notiert. Die Interviews werden anschließend transkribiert.

3.1.6 Auswertung der Interviews

Die transkribierten Interviews werden quantitativ analysiert, dafür wird die Software MAXQDA verwendet. Mit dieser Software ist es möglich, relevante Textstellen den passenden Erhebungskategorien zuzuordnen. Entsprechend den Antworten werden neue Kategorien sowie Unterkategorien hinzugefügt. Tabelle 3-3 zeigt am Beispiel des Themenbereichs "Absatzwege" die verwendeten Kategorien und Unterkategorien.

Tabelle 3-3: Übersicht der Kategorien und Unterkategorien am Beispiel "aktuelle Absatzwege" - Produzenten

Themenbereich	Kategorien	Unterkategorien
aktuelle Absatzwege	(Groß)Handel	
	Ab-Hof-Verkauf	
	Großküche	
	Gastronomie	
	Genossenschaften/Gemeinschaften	
	Supermarkt (direkt)	

Themenbereich	Kategorien	Unterkategorien
	Markt	
	Internet-Plattform	
	Marktfahrer	
	Bedeutung der Gastronomie	hohe Bedeutung geringe Bedeutung

Nach der Zuordnung der Aussagen in Kategorien werden in einer Excel-Tabelle die Häufigkeiten an Nennungen je Kategorie und Unterkategorie erfasst und aufsummiert.

3.1.7 Potenzialabschätzung

Die Potenzialabschätzung umfasst zum einen die Schätzung der Produktionsüberschüsse seitens der landwirtschaftlichen Produzenten, die aufgrund fehlender Abnehmer am Landwirtschaftsbetrieb weggeworfen werden müssen, und zum anderen die Schätzung des Anteils an Lebensmitteln innerhalb der Warengruppen Obst und Gemüse, die Großküchen an regionalen Lebensmitteln potenziell einsetzen könnten. Die Potenzialabschätzung umfasst jene Lebensmittel, die in der Phase 1 des Projekts definiert wurden (siehe Projekt Kurzschluss, Zwischenbericht Phase 1).

3.1.7.1 Produzent

Zur Potenzialabschätzung am landwirtschaftlichen Betrieb wird zum einen auf **Primärdaten** zurückgegriffen, die im Zuge der Befragungen von ausgewählten Produzenten in Phase 1 des Projekts erhoben wurden. Da es sich in diesem Projekt um ein sehr heikles Thema handelt, nämlich der „Lebensmittelvernichtung“, ist davon auszugehen, dass nicht alle Mengen, die am Betrieb in den letzten Jahren weggeworfen wurden, aufgrund der Befragung erhoben werden konnten. Zudem war es für die befragten Produzenten oftmals schwierig, die weggeworfenen Mengen in Zahlen oder Prozentsätzen zu fassen, da die jeweiligen Erträge von Jahr zu Jahr eine sehr große Schwankungsbreite aufweisen.

Um eine für oder Oberösterreich repräsentative Potenzialabschätzung durchzuführen, wird daher in Ergänzung zu den erhobenen Primärdaten auf **Sekundärdaten** bzw. einer Literaturrecherche zurückgegriffen. Es wird nach Studien recherchiert, die aufzeigen, welche Mengen oder welche Anteile an bereits produzierten Lebensmitteln direkt am landwirtschaftlichen Betrieb verbleiben und weggeworfen werden müssen, ohne je in den Handel oder Endabnehmer gelangt zu sein.

3.1.7.2 Großküche

Zur Potenzialabschätzung in Großküchen wird zum einen auf **Primärdaten** zurückgegriffen, die im Zuge der Bewertung der Phase 2 des Projekts durch die Pilot-Küchen erfasst werden.

Die Küchenleiter der beiden Pilot-Küchen geben dabei an, auf wie viel % des gesamten Obst- und Gemüseinsatzes sie auf regionale Produkte zurückgreifen könnten.

Um diese Angaben zu ergänzen, werden die **Ergebnisse des Projekts UMBESA** (Nachhaltiger Speiseplan, umbesa.rma.at) herangezogen. In diesem von der EU im ETZ-Programm (AT-CZ 2007-2013) geförderten Projekt wurde der gesamte Lebensmitteleinsatz der am Projekt teilnehmenden Großküchen, wie auch die Herkunft der mengenmäßig wichtigsten Lebensmittel und die Saisonalität des eingesetzten Obsts und Gemüses erfasst. Der im Projekt UMBESA erfasste IST-Stand hinsichtlich Saisonalität und Regionalität wird dem potenziell möglichen Anteil an regionalen und saisonalen Lebensmitteln gegenübergestellt.

3.1.8 Bewertung der erfassten Maßnahmen (Kosten, Wirkung, Umsetzung)

Für jede im Zuge der Befragungen in der Phase 1 des Projekts erfassten Maßnahme wird eine Kostenabschätzung durchgeführt. Dabei werden zum einen der jeweilige **Umsetzungsaufwand** als auch die jeweiligen Kosten der Vernetzungsmaßnahme für den Produzenten bzw. für die Großküche abgeschätzt:

- Abschätzung des Umsetzungsaufwands: Wird anhand der dafür erforderlichen Arbeitszeit des Produzenten bzw. Küchenleiters für die Umsetzung der Maßnahme in die Praxis abgeschätzt. Ein *geringer Aufwand* bezieht sich auf eine erforderliche Arbeitszeit von < 100 Arbeitsstunden, ein *mittlerer Aufwand* auf 101 bis 500 Arbeitsstunden und ein *hoher Aufwand* auf > 500 Arbeitsstunden.
- Abschätzung der Kosten: Wird berechnet anhand der dafür erforderlichen Arbeitszeit (Abschätzung) multipliziert mit den abgeschätzten Lohnkosten. Bis 10.000 EUR wird die Maßnahme in die Kategorie 'Gering' eingeteilt, von 10.001 EUR bis 50.000 EUR in die Kategorie 'Mittel' und ab 50.001 EUR in die Kategorie 'Hoch' eingeteilt.
- Art der Wirkung: Unter direkte Wirkung wird eine unmittelbare Vernetzung zwischen Produzent und Großküche verstanden, z.B. regelmäßige Telefonate und Kontaktaufnahme. Unter indirekte Wirkung wird eine unterstützende Maßnahme verstanden, die die Zusammenarbeit zwischen Großküchen und regionalen Produzenten fördert und den Bezug von regionalen Lebensmitteln forciert, z.B. Bewusstseinsbildung bei Konsumenten.
- Abschätzung des Umsetzungszeitraums: Maßnahmen, die der Kategorie kurzfristig zugeordnet werden, können grundsätzlich innerhalb eines Monats umgesetzt werden, mittelfristige Maßnahmen können innerhalb eines Jahres umgesetzt werden und langfristige Maßnahmen werden in einem Zeitraum von > 1 Jahr umgesetzt.

Bei der Durchführung der Kostenabschätzung werden für jede Maßnahme Annahmen getroffen, welche Kosten berücksichtigt werden. So wird z.B. bei der Maßnahme "Wintersortiment aufbauen" die Annahme getroffen, dass für den Gemüseanbau im Winter bereits Folientunnel oder Glashäuser am landwirtschaftlichen Betrieb vorhanden sind. Die Kosten würden sich vervielfachen, wenn Folientunnel oder Glashäuser noch nicht vorhanden sind und erst angeschafft werden müssten.

Die Abschätzungen hinsichtlich Umsetzungsaufwand und Kosten werden gemeinsam mit einem Pilot-Produzenten getroffen.

3.2 Phase 2

3.2.1 Praktische Umsetzung ausgewählter Maßnahmen

Im Zeitraum Juli und August 2015 werden in insgesamt 4 Pilotbetrieben (Großküchen und Produzenten) ausgewählte Maßnahmen zur Vernetzung praktisch umgesetzt. Im Vordergrund der Vernetzungsaktivitäten steht die Reduktion von Lebensmittelabfällen am landwirtschaftlichen Betrieb infolge von Überschüssen (z.B. aufgrund guter Ernte und/oder fehlende Abnehmer), aber auch eine kontinuierliche Vernetzung zwischen Produzenten und Großküchen wird angedacht.

Im Folgenden ist die methodische Vorgehensweise bei der Umsetzung beschrieben.

3.2.1.1 Auswahl von Maßnahmen

Zu Beginn der Umsetzungsphase werden konkrete Vorschläge an Vernetzungsmaßnahmen vom Projektteam den potenziellen Pilotbetrieben unterbreitet. Die Auswahl dieser Maßnahmen basiert auf der Grundlage des in der Phase 1 des Projekts erstellten Maßnahmenkataloges. Aufgrund der zeitlichen Einschränkung der Umsetzungsphase auf insgesamt zwei Monate, wird das Hauptaugenmerk auf jene Maßnahmen gelegt, die der Kategorie „kurzfristig umsetzbar“ mit „direkter Vernetzungswirkung“ zugeteilt wurden.

Folgendes Maßnahmenbündel zur direkten Vernetzung von Großküchen und Produzenten für die Phase 2 des Projekts wird vorgeschlagen (siehe [Daxbeck et al., 2015]):

- Aktionen bei Überschüssen aufgrund fehlender Abnahme des Handels durch dessen strenge Qualitätsvorgaben (PRODUZENT und GROSSKÜCHE): Sind Überschüsse oder Produkte vorhanden, die aufgrund Qualitätsmängel (z.B. zu große Rüben oder mangelhafte Optik) nicht in den Handel kommen, können Großküchen diese Produkte meist abnehmen. Über spezielle Aktionen seitens der Produzenten wird der Absatz über Großküchen forciert. Bei bereits bestehenden Lieferbeziehungen fällt es den Großküchen leichter, Aktionen seitens der Produzenten anzunehmen, da zusätzlicher Arbeitsaufwand (zusätzliche Bestellung, Lieferannahme) entfällt.
- Persönliche Gespräche und regelmäßige Telefonate (PRODUZENT und GROSSKÜCHE): Voraussetzung für eine Vernetzung ist die Kommunikation. Durch regelmäßige persönliche Gespräche oder Telefonate können zum einen Überschüsse leichter beworben werden, zum anderen können Wünsche und Bedürfnisse der Küchen in die eigene Produktion aufgenommen werden. Der Küchenleiter ist "am Laufenden", neue Produkte können in den Speiseplan integriert werden.
- Zusammenarbeit mit weiteren Produzenten (PRODUZENT): Um die entsprechenden Mengen an Großküchen liefern zu können, ist eine Zusammenarbeit mit anderen Produ-

zenten wünschenswert. Diese Vernetzung garantiert der Großküche, dass mit 1 Bestellung die erforderliche Menge zugestellt wird. Zudem entfällt für die Großküche die Suche nach weiteren Produzenten des jeweiligen Lebensmittels.

- Aussenden von Angebotslisten an interessierte Großküchen (PRODUZENT): Das Aussenden von z.B. wöchentlichen Angebotslisten an potenzielle Abnehmer, die die geernteten Lebensmitteln inklusive Mengen und Preisangaben enthalten, ist eine gute Möglichkeit, um einerseits die vorhandenen Waren anzubieten und zugleich auch Überschüsse zu vermarkten. Die Großküchenleiter haben somit einen Überblick, welche Lebensmittel zu welchen Zeitpunkt in welchem Gebiet verfügbar sind.
- Flexibilität hinsichtlich Beilagen (GROSSKÜCHEN): Bei plötzlichen Überschüssen sind Beilagenbuffets (Salatbuffet, Beilagen zu Speisen) eine gute Möglichkeit, diese Überschüsse innerhalb kürzester Zeit zu verarbeiten. Die Salate, die am Salatbuffet angeboten werden, sind kaum am Speiseplan aufgelistet, meist steht als Zusatz zum Gericht "Salatbuffet" am Speiseplan. Daraus ergibt sich für die Küche eine große Flexibilität.
- Obsttage einbauen bei Überschussmengen (GROSSKÜCHE): Einige Großküchen bieten regelmäßig Obsttage an. Da auch hier in den seltensten Fällen die angebotenen Obstsorten am Speiseplan aufscheinen, ergibt sich auch hier eine große Flexibilität.

Welche Maßnahmen schließlich aus dieser Auflistung in der praktischen Umsetzung angewendet werden, treffen die jeweiligen Pilotbetriebe, damit wird eine möglichst große Aufgeschlossenheit der Pilotbetriebe hinsichtlich der Umsetzung der Vernetzung erreicht.

3.2.1.2 Auswahl von Pilotbetrieben

In einem ersten Schritt werden die interessierten Pilot-Produzenten festgelegt. Die Auswahl hierfür erfolgt im Rahmen eines vom Projektteam organisierten Meetings am 12.06.2015 in Linz, welches zum Ziel hat, die Ergebnisse aus den Befragungen in der Phase 1 zu den befragten Produzenten und Großküchen-Vertretern zu präsentieren und die Ziele und den Ablauf der Phase 2 zu erläutern.

Nach erfolgter Auswahl der Pilot-Produzenten werden von diesen die voraussichtlich im Juli und August 2015 geernteten Lebensmittel und Mengen (kg) erfasst. Diese „Angebotsliste“ wird den grundsätzlich am Projekt interessierten und in Phase 1 befragten Großküchen per Mail gesendet und nach deren Interesse an einer Vernetzung mit einem oder mehreren Pilot-Produzenten gefragt. Die an einer Vernetzung interessierten Großküchen werden als Pilot-Großküchen herangezogen. Dabei werden neue als auch bereits vor dem Projekt existierende Kooperationen von Produzenten und Großküchen in das Projekt miteinbezogen.

3.2.1.3 Vorgehen in der Zusammenarbeit zwischen Produzent und Großküche

Die Koordination der Vernetzung zu Beginn der Aktivitäten erfolgt durch das Projektteam. Das Projektteam nimmt Kontakt mit den interessierten Pilot-Betrieben auf und organisiert eine **Erstbesprechung** mit der Großküche und dem interessierten Produzenten. Ziel dieses

ersten Treffens ist ein gegenseitiges Kennenlernen, die Abklärung der Bedingungen der Zusammenarbeit (z.B. Lieferbedingungen wie Liefertage und Lieferzeit, Gebinde) sowie die Preisverhandlungen für die jeweiligen Lebensmittel. Zudem wird mit den Pilot-Betrieben die notwendige Dokumentation der Vernetzung für das Projekt Kurzschluss besprochen.



Abbildung 3-2: Erstbesprechung mit Produzent, Großküchenleiter und Projektmitarbeiterin

Nach einer erfolgreichen Erstbesprechung bzw. nach der Entscheidung für eine gemeinsame Zusammenarbeit wird die Vernetzung im Sinne einer „normalen“ Geschäftsbeziehung gestartet.

Während der Umsetzungsphase Juli und August 2015 erfolgt eine **Dokumentation** der Zusammenarbeit. Die Dokumentation erfolgt in Form eines Formulars, welches vom Produzent und Küchenleiter getrennt voneinander ausgefüllt wird (siehe Kapitel 8.3 und 8.4). Der Pilot-Produzent dokumentiert je Lieferung folgende Daten:

- Datum der Lieferung
- Menge (kg oder Stück)
- Name des Abnehmers (Küche)
- Angabe, ob es sich um eine Überschussware handelte?
- Angabe, was der Grund für den Überschuss war?
- Angabe, welche Vernetzungsmaßnahme herangezogen wurde

Die Pilot-Küche dokumentiert je Anlieferung folgende Daten:

- Datum der Anlieferung
- Gelieferte Lebensmittel
- Angabe des Produzenten, der die Lebensmittel lieferte
- Angabe, ob die gelieferte Menge ausreichend war oder ob zusätzliche Bestellungen getätigt werden mussten
- Angabe, wie die gelieferten Lebensmittel in der Küche verwendet wurden
- Angabe, ob das gelieferte Lebensmittel durch ein anderes ersetzt wurde und wenn ja, durch welches

- Angabe, ob es sich um eine kurzfristige Lieferung gehandelt hat (z.B. aufgrund Überschüsse)
- Angabe, welche Vernetzungsmaßnahme herangezogen wurde

Während der Zusammenarbeit ist das Projektteam grundsätzlich nicht involviert, es übernimmt lediglich die Funktion eines Ansprechpartners bei Problemen und eine Koordinierungsfunktion (wie etwa die Koordinierung der Erst- und Endbesprechung). Im Zeitraum Mitte bis Ende August 2015 wird ein Endgespräch zur Bewertung der Vernetzung mit den jeweiligen Pilotbetrieben durchgeführt.

3.2.2 Bewertung der Vernetzungsaktivitäten

Die durchgeführten Vernetzungsaktivitäten werden hinsichtlich Umsetzbarkeit, Weiterführung und Erweiterung hinsichtlich einer erhöhten Anzahl an Betrieben (Produzenten und Großküchen) bewertet. Zudem werden von den Teilnehmern eventuelle Verbesserungsvorschläge in der Umsetzung der jeweiligen Maßnahmen wie etwa durch technische Hilfsmittel erfasst.

3.2.2.1 Durchführung der Bewertung

Für die Bewertung der Zusammenarbeit im Zuge der Vernetzung durch die am Projekt teilnehmenden Pilotbetriebe wird je ein **Fragebogen** für Produzent und Großküche erstellt (siehe Kapitel 8.5 und 8.6). Für die Bewertung der jeweils umgesetzten Maßnahmen wird ein eigener Fragebogen erstellt (siehe Kapitel 8.7).

Fragebogen zur Bewertung der Zusammenarbeit - Produzent

Die Pilot-Produzenten werden gebeten, folgende Aspekte nach dem Schulnotensystem (1=Sehr Gut bzw. sehr zufriedenstellend bzw. trifft sehr zu, 5= Nicht Genügend bzw. nicht zufriedenstellend bzw. trifft gar nicht zu) und ja/nein zu bewerten:

- Arbeitsaufwand zur Planung und Organisation der Zusammenarbeit
- Zeitaufwand zur Zusammenarbeit
- Akzeptieren der Lieferbedingungen der Küche
- Transportkilometer zur Belieferung der Küche
- Logistischer Aufwand
- Zuverlässigkeit der belieferten Großküche
- Betriebswirtschaftliche Bewertung
- Verbesserung des Absatzes durch die Vernetzung
- Reduktion eines Produktionsüberschusses durch Vernetzung
- Zukünftige Zusammenarbeit (grundsätzlich und speziell im Winter)
- Großküchen als (neue) Absatzchance
- Potenzial des Projekts

Weiters werden die im Zuge der Vernetzungsaktivitäten umgesetzten Maßnahmen bewertet.

Fragebogen zur Bewertung der Zusammenarbeit - Großküche

Die Pilot-Großküchen werden gebeten, folgende Aspekte nach dem Schulnotensystem (1=Sehr Gut bzw. sehr zufriedenstellend bzw. trifft sehr zu, 5= Nicht Genügend bzw. nicht zufriedenstellend bzw. trifft gar nicht zu) und ja/nein zu bewerten:

- Arbeitsaufwand zur Planung und Organisation der Zusammenarbeit
- Zeitaufwand zur Zusammenarbeit
- Akzeptieren der Lieferbedingungen des Produzenten
- Kücheninterner Mehraufwand durch einen zusätzlichen Lieferanten
- Zuverlässigkeit des Produzenten
- Betriebswirtschaftliche Bewertung
- Anteil an regionalen und saisonalen Lebensmitteln
- Ersatz ausländischer durch inländischer Lebensmittel
- Gelieferte Mengen (grundsätzlich ausreichend, benötigter Verarbeitungsgrad)
- Zukünftige Zusammenarbeit (grundsätzlich und speziell im Winter)
- Produzenten als (neue) Lieferanten in der Zukunft
- Potenzial des Projekts

Weiters werden die im Zuge der Vernetzungsaktivitäten umgesetzten Maßnahmen bewertet.

Fragebogen zur Bewertung der umgesetzten Maßnahme(n)

Die Pilobetriebe werden gebeten, jede umgesetzte Maßnahme zu bewerten. Der Fragebogen enthält offene und ja/nein-Fragen. Erfragt werden folgende Aspekte:

- Vor- und Nachteile der jeweiligen Maßnahme(n)
- Probleme, die im Zuge der Umsetzung aufgetreten sind sowie deren Behebung
- Potenzial der jeweiligen Maßnahme hinsichtlich einer Weiterführung und Erweiterung mit einer erhöhten Anzahl an Betrieben
- Vorschläge zur Verbesserung oder Weiterentwicklung der Maßnahme

3.2.2.2 Auswertung

Die Auswertung der ausgefüllten *Bewertungsformulare der Zusammenarbeit* erfolgt mittels MS Excel. Dabei wird die Häufigkeit der Antworten jeder Frage erfasst und der Mittelwert daraus berechnet. Die Auswertung der ausgefüllten *Bewertungsformulare der umgesetzten Maßnahmen* erfolgt durch eine Kategorienerstellung der Antworten auf die offenen Fragen und der Erfassung der jeweiligen Häufigkeiten.

Bewertungen, die im Endgespräch vermittelt wurden, jedoch nicht in einem Bewertungsformular notiert wurden, fließen in die Auswertung mit ein.

4 Ergebnisse

4.1 Phase 1

4.1.1 IST-Stand der Vernetzung

In einem ersten Schritt wird erfasst, inwiefern die beiden Zielgruppen (Produzent und Großküchen) bereits miteinander vernetzt sind. Dafür werden die aktuellen Absatzwege der Produzenten sowie deren Interesse an einer Vernetzung mit Großküchen erfasst. Hinsichtlich der Großküchen wird erhoben, welches Obst und Gemüse bereits direkt von einem oberösterreichischen Produzenten bezogen wird und welches zukünftig gewünscht ist.

4.1.1.1 Großküchen als Absatzwege für Produzenten

6 von 10 befragten Produzenten geben an, derzeit Großküchen zu beliefern (Abbildung 4-1). 4 von 10 Befragten beliefern derzeit keine Großküchen, wovon 3 jedoch Großküchen grundsätzlich beliefern würden. Als Gründe, warum derzeit keine Großküchen beliefert werden, werden genannt: Bequemlichkeit bzw. der logistische Aufwand durch einen zusätzlichen Abnehmer (2 Nennungen), bisher hat keine Kontaktaufnahme stattgefunden (3 Nennungen).



Abbildung 4-1: Derzeitige Belieferung von Großküchen (n=10)

Die derzeitige Zusammenarbeit zwischen Produzent und Großküchen findet hauptsächlich über Absprachen über Telefon statt (4 Nennungen). Weiters werden Informationen über die Erntemengen in einem bestimmten Zeitraum sowie Preislisten per Mail ausgesendet (2 Nennungen).

1 Befragter gibt an, keine Großküchen beliefern zu wollen, da es die Philosophie des Betriebes ist, sich auf Nischen zu spezialisieren. Es wird hauptsächlich für Gastronomiebetriebe produziert, die diese Nischenprodukte verwenden.

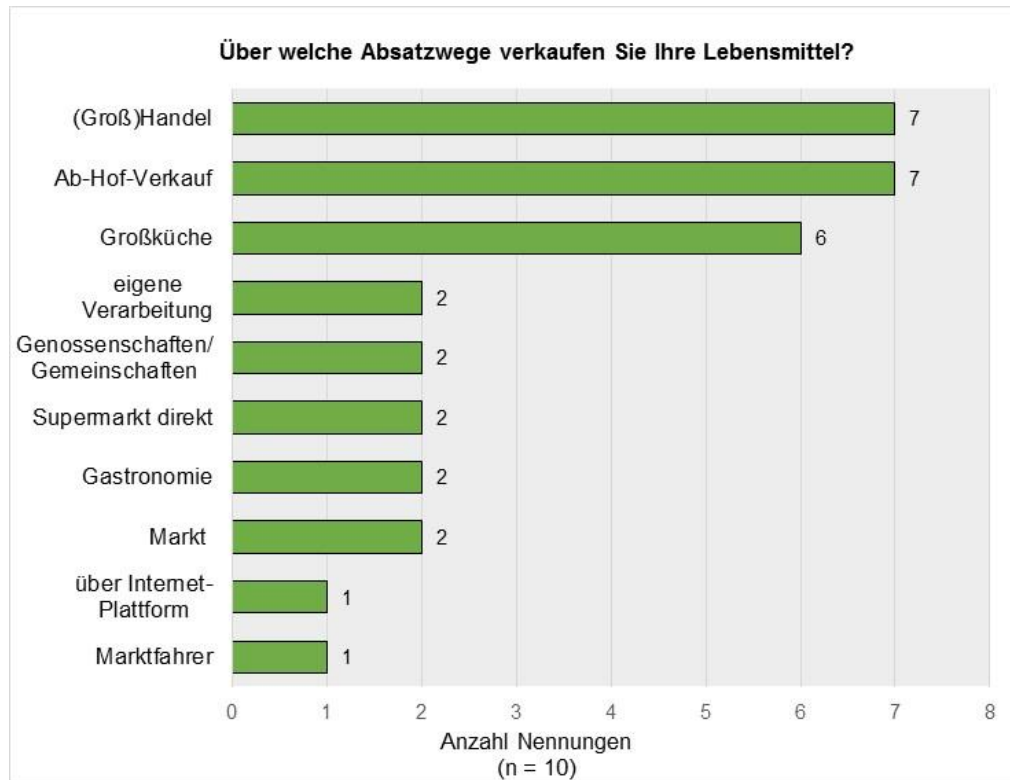


Abbildung 4-2: Übersicht der von den Befragten genannten derzeitigen Absatzwege (n=10)

Der (Groß)Handel sowie der Ab-Hof-Verkauf sind die am häufigsten genannten Absatzwege (je 7 Nennungen). Großküchen als aktueller Absatzweg wird von 6 Befragten genannt. Weniger häufig genannt werden Genossenschaften bzw. Erzeugergemeinschaften, direkte Belieferung von Supermärkten, Gastronomie und Märkte (z.B. Bauernmärkte, Wochenmärkte) (jeweils 2 Nennungen), über Internet-Plattform und Marktfahrer (je 1 Nennung).

Auf die Frage, wie wichtig Gastronomiebetriebe (nicht Großküchen) für den derzeitigen Absatz sind, sagen 7 Befragte, dass die Bedeutung der Gastronomie eher gering ist, 3 Befragte sagen, dass die Bedeutung eher groß ist (Abbildung 4-3).



Abbildung 4-3: Wichtigkeit des Absatzes über Gastronomiebetriebe (n=10)

4.1.1.2 Produzenten als Lieferanten von Großküchen

12 von 16 befragten Großküchen-VertreterInnen geben an, derzeit Obst und/oder Gemüse direkt von einem Produzenten aus Oberösterreich zu beziehen (Abbildung 4-4).

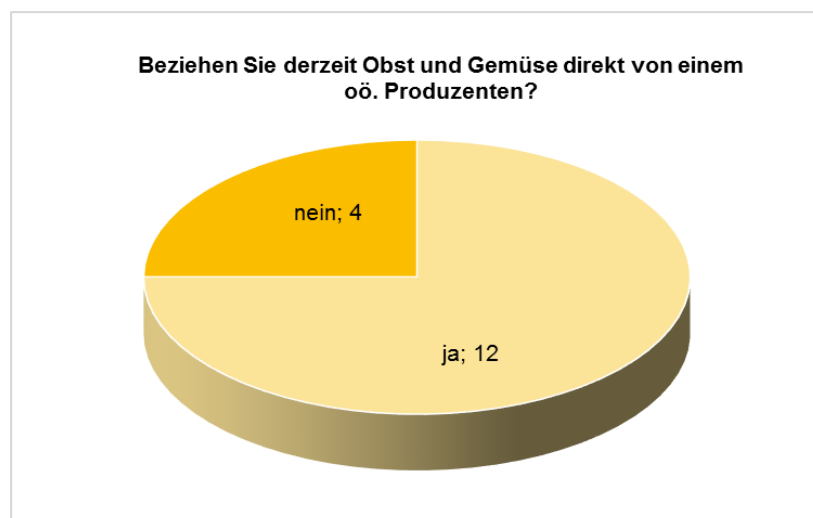


Abbildung 4-4: Derzeitiger Bezug von Obst und Gemüse direkt von einem öö. Produzenten (n=16)

Die derzeitige Zusammenarbeit zwischen ProduzentIn und Großküchen findet hauptsächlich über Absprachen über Telefon statt (4 Nennungen). Weiters werden Informationen über die Erntemengen in einem konkreten Zeitraum sowie Preislisten per Mail ausgesendet (2 Nennungen).

1 Befragter gibt an, keine Großküchen beliefern zu wollen, da es die Philosophie des Betriebes ist, sich auf Nischen zu spezialisieren. Es wird hauptsächlich für Gastronomiebetriebe produziert, die diese Nischenprodukte verwenden.

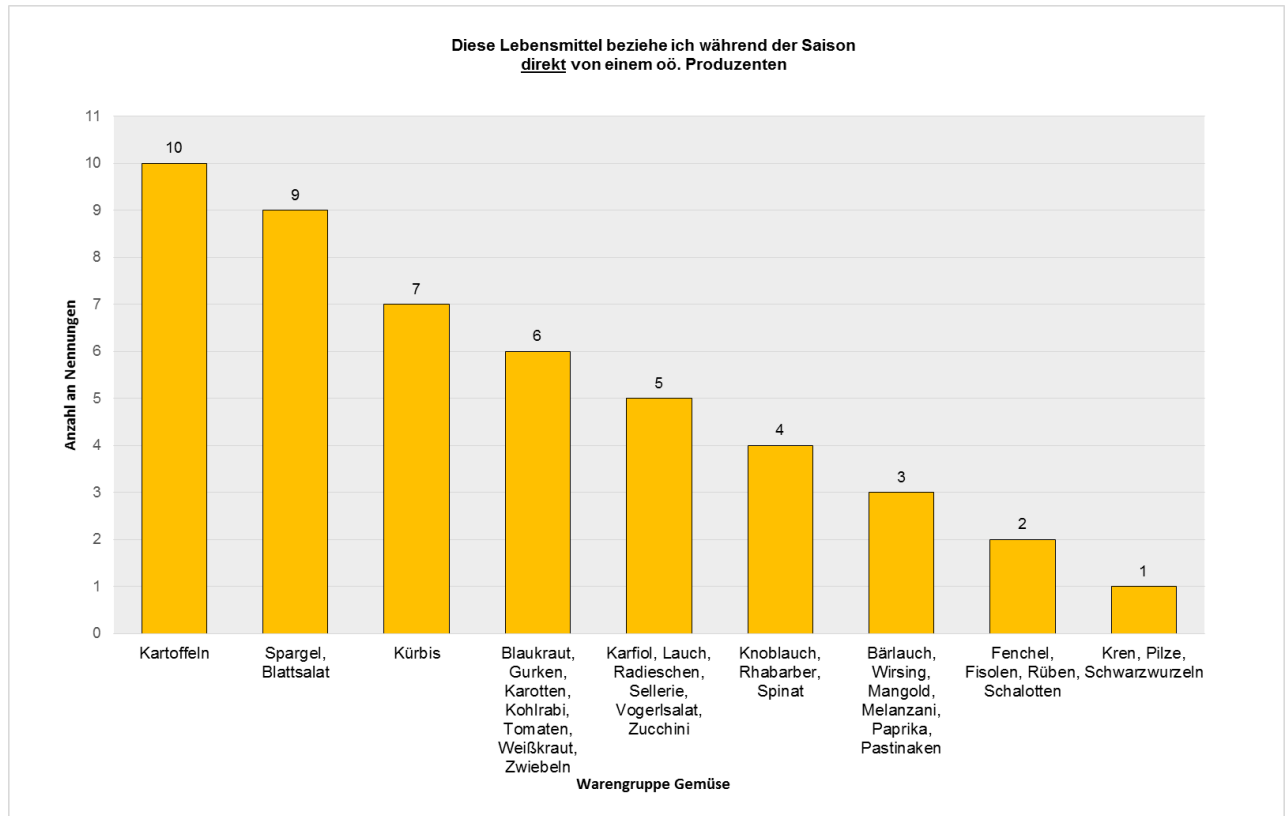


Abbildung 4-5: Übersicht der direkt von einem oö. Produzenten bezogenen Gemüsen (n=16)

Diese Gemüsen werden in der Saison bzw. je nach Verfügbarkeit direkt von einem oberösterreichischen Produzenten bezogen (Abbildung 4-5): Kartoffeln (10 Nennungen), Spargel und Blattsalat (9 Nennungen), Kürbis (7 Nennungen), Blaukraut, Gurken, Karotten, Kohlrabi, Tomaten, Weißkraut und Zwiebeln (je 6 Nennungen), Karfiol, Lauch, Radieschen, Sellerie, Vogerlsalat und Zucchini (je 5 Nennungen), Knoblauch, Rhabarber, Spinat (4 Nennungen), Bärlauch, Wirsing, Mangold, Melanzani, Paprika, Pastinaken (je 3 Nennungen), Fenchel, Fisolen, Rüben und Schalotten (je 2 Nennungen) sowie Kren, Pilze, Schwarzwurzeln (je 1 Nennung).

Dieses Obst wird in der Saison bzw. je nach Verfügbarkeit direkt von einem oberösterreichischen Produzenten bezogen (Abbildung 4-6): Äpfel (10 Nennungen), Erdbeeren (7 Nennungen), Zwetschken, Birnen und Kirschen (4 Nennungen), Marillen (3 Nennungen), Melonen (2 Nennungen), Himbeeren (1 Nennung).

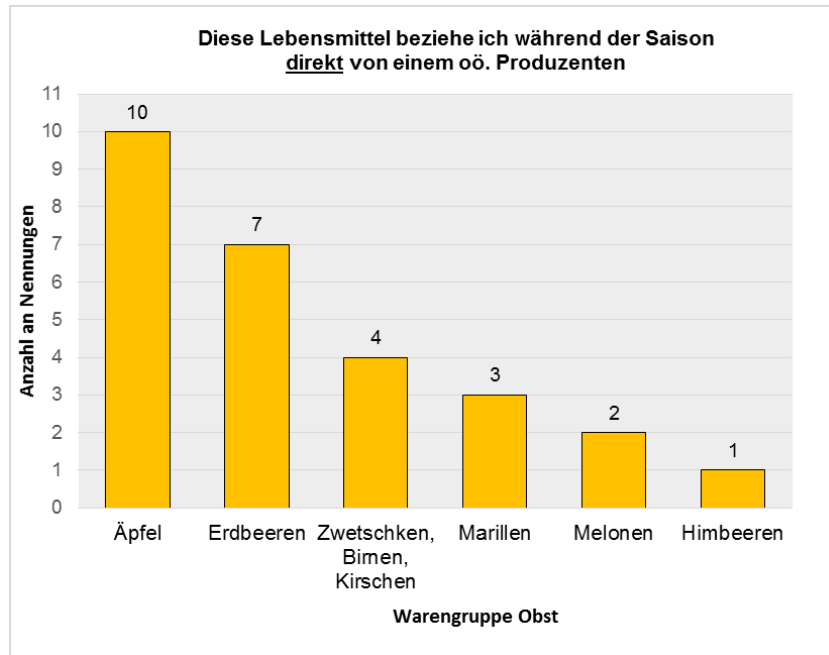


Abbildung 4-6: Übersicht des direkt von einem oö. Produzenten bezogenen Obstes (n=16)

9 von 16 Befragten sind grundsätzlich an einer (weiteren) Vernetzung direkt mit Produzenten interessiert. Abbildung 4-7 zeigt eine Übersicht an Obst und Gemüse, die von den befragten Großküchen gewünscht sind.

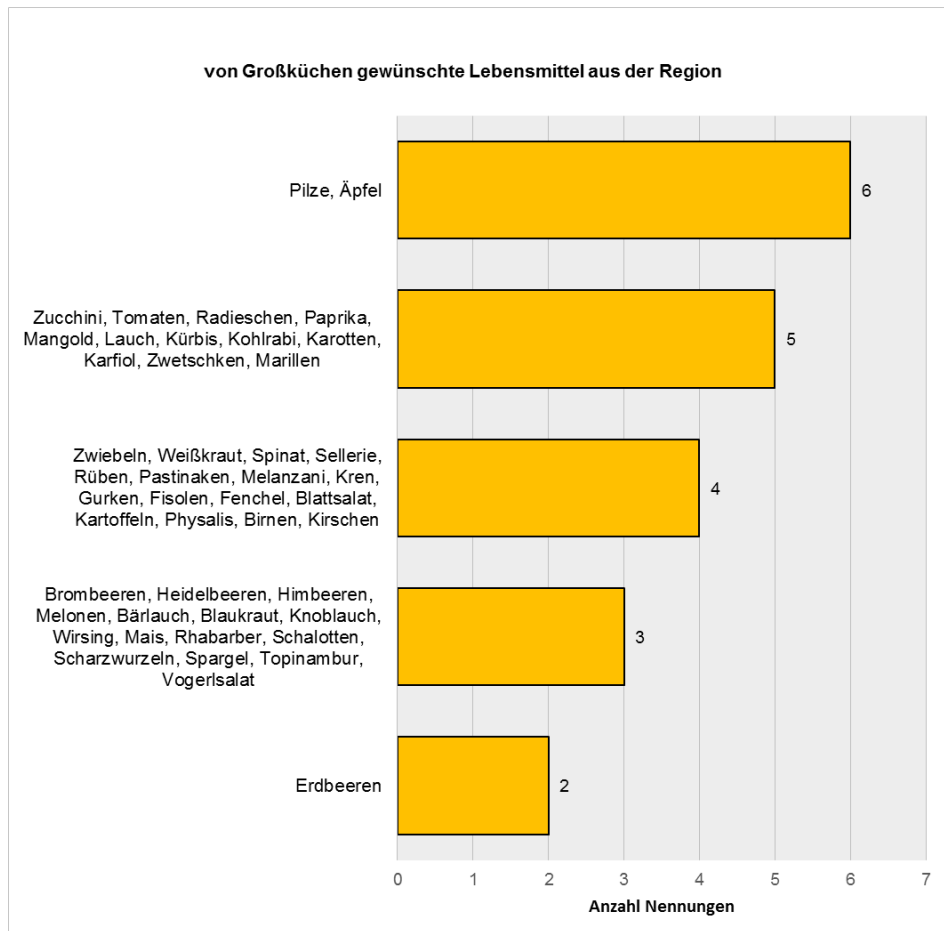


Abbildung 4-7: Übersicht der von den Großküchen gewünschten Lebensmittel (n=9)

Abbildung 4-8 zeigt, dass bei folgenden nachgefragten Lebensmitteln seitens der befragten Produzenten keine ausreichenden Produktionskapazitäten zur Verfügung stehen (rot eingekreiste Lebensmittel): Pilze, Tomaten, Mangold, Zwetschken, Marillen, Spinat, Kren, Fenchel, Birnen, Kirschen, Heidelbeeren, Mais, Rhabarber, Schalotten, Schwarzwurzeln, Spargel und Topinambur.

Bei allen anderen nachgefragten Lebensmitteln sind ausreichende Produktionsmengen verfügbar.



Abbildung 4-8: Übersicht der von den Großküchen gewünschten Lebensmittel inklusive Angabe der Produktionsmengen

4.1.1.3 Motive für den Einsatz regionaler Lebensmittel

Abbildung 4-9 zeigt eine Übersicht der von den Befragten genannten Motive, warum Lebensmittel aus der Region in der eigenen Großküche eingesetzt wird. Die Aussagen beziehen sich auch auf jene Befragte, die auf die Frage "Beziehen Sie derzeit Obst und/oder Gemüse direkt von einem oberösterreichischen Produzenten?" mit "Ja" geantwortet haben (n = 12).

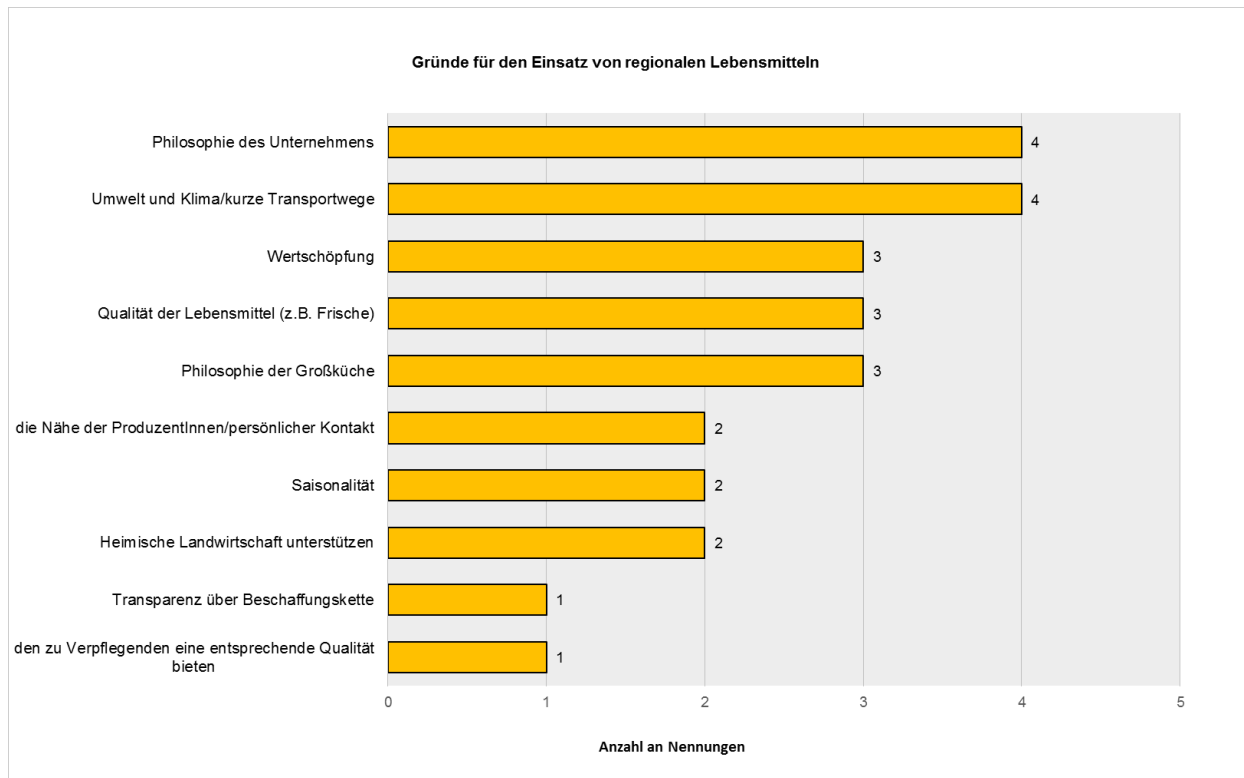


Abbildung 4-9: Übersicht der erfassten Motive der befragten Großküchen-Vertreter für den Einsatz regionaler Lebensmittel (n=12)

4 Befragte sagen, dass die Berücksichtigung der Regionalität beim Lebensmitteleinkauf aus der festgelegten Philosophie des Unternehmens, z.B. aufgrund des Unternehmens-Leitbildes oder aus Tradition, hervorgeht. Die Großküche folgt beim Lebensmitteleinkauf den Vorgaben des Leitbildes.

Weitere 4 Befragte geben an, dass regionale Lebensmittel direkt vom Produzenten aufgrund des Klimaschutzes und der kurzen Transportwege, bezogen werden.

Das Behalten der Wertschöpfung in der Region, nennen 3 Befragte als Motiv für den Einsatz regionaler Lebensmittel.

Die Qualität der Lebensmittel, allen voran die Frische, ist ein weiteres Motiv für 3 befragte Großküchen-Vertreter.

3 Befragte geben an, dass die Regionalität aufgrund der Philosophie der Küche berücksichtigt wird. Ein Küchenleiter meint dazu: "Erstens wollen's wir selber, im Küchenbereich selbst wo ich sage wir kochen regional und saisonal [...]".

Jeweils 2 Nennungen entfallen auf die Nähe der Produzenten bzw. der persönliche Kontakt, die Saisonalität der Lebensmittel sowie Unterstützung der heimischen Landwirtschaft (Ein Küchenleiter sagt: "Wir schaffen nicht nur Arbeitsplätze dadurch, sondern wir erhalten auch diese Arbeitsplätze. Das ist primär der Gedanke").

Transparenz über die Beschaffungskette (Klarheit über den Weg des Produkts) sowie den Konsumenten eine entsprechende Qualität anbieten zu können, sind weitere Motive für den Einsatz regionaler Lebensmittel (jeweils 1 Nennung).

4.1.2 Problemerkhebung

In einem zweiten Schritt wird erfasst, wie sich die aktuelle Situation der Befragten hinsichtlich der Überschuss-Problematik darstellt. Die hinsichtlich dieser Problematik besonders betroffenen Obst- und Gemüsearten werden aufgelistet und die Gründe der Überschüsse aufgezeigt.

4.1.2.1 IST-Stand: Produktionsüberschüsse

8 von 10 Befragten geben an, einmal in der Situation gewesen zu sein, dass bereits produzierte, genusstaugliche Lebensmittel nicht verkauft oder geerntet werden konnten (Abbildung 4-10). 2 Befragte sind von dieser Problematik nicht betroffen, diese geben an, durch die betriebseigene Verarbeitung keine Überschüsse zu haben. Weggeworfen werden muss lediglich jenes Obst und Gemüse, das nicht mehr genusstauglich ist (z.B. verfaultes Obst) und somit nicht mehr verkauft werden kann.



Abbildung 4-10: Anzahl an Nennungen auf die Frage, ob Lebensmittel nicht verkauft oder geerntet werden können

4 der 8 Betroffenen geben an, dass es sich - im Durchschnitt betrachtet - um ein überschaubares Problem handelt. Ein Befragter sagt, dass es, über die letzten 5 Jahre gesehen, halbwegs gut geht bzw. das Angebot der Nachfrage entspricht. Der Befragte merkt an, dass im Falle eines Engpasses auf ausländische Ware zurückgegriffen wird, um den KundInnen entsprechende Mengen liefern zu können. Ein Befragter meint, dass dieses Problem für den ei-

genen Betrieb immer weniger bedeutend wird, da die Produktion Jahr für Jahr schrittweise angepasst wird. Somit werden große Produktionsüberschüsse vermieden.

3 der 8 Betroffenen geben an, dass es sich hier um ein laufendes Problem handelt, jedes Jahr ist ein Lebensmittel besonders stark davon betroffen. Ein Befragter gibt an, dass es hinsichtlich des Absatzes spürbar ist, wenn durch Überschussproblematik Lebensmittel nicht verkauft werden können.

1 der 8 Betroffenen gibt an, dass es sich um ein sporadisches Problem handelt. Besonders im letzten Jahr gab es diesbezüglich Probleme, es mussten große Mengen an Lebensmitteln weggeworfen werden.

4.1.2.2 Gründe für Produktionsüberschüsse

Die Befragten nennen eine Vielzahl an Gründen, die zu Produktionsüberschüssen bzw. zu keinem Verkauf und/oder Ernte von bereits produzierten Lebensmitteln führen. Die Nennungen werden in folgende 5 Bereiche kategorisiert:

1. Bereich Handel
2. Bereich Kosten
3. Bereich Natur
4. Bereich Produktionsbetrieb
5. Bereich Struktur

Tabelle 4-1: Gründe, warum Lebensmittel nicht verkauft/geerntet werden können - Bereich HANDEL

Gründe	Beschreibung	Anzahl an Nennungen
Preisdruck des Handels → Erntekosten höher als Einnahmen	Die Lebensmittelpreise im Handel werden nicht an die ProduzentInnen weitergegeben. Das führt dazu, dass - besonders bei arbeitsintensiven Lebensmitteln - die Erntekosten höher sind als die Einnahmen für die ProduzentIn.	5
Qualitätsmängel	Der Handel fordert eine Top-Qualität der Lebensmittel. ProduzentInnen können z.B. nicht handelsgerechte Größenklassen nicht an den Handel verkaufen. Auch optisch nicht schöne Ware nimmt der Handel nicht an (z.B. Thrips-Saugstellen, braune Ränder beim Kopfsalat). 1 Befragter merkt an, sich dem Handel verweigert zu haben, da für diese geforderte Top-Qualität eine intensive Landwirtschaft und laufendes Ausbringen von Spritzmitteln notwendig sind.	4

Gründe	Beschreibung	Anzahl an Nennungen
Produktion nach bestimmten Richtlinien für Eigenmarken	Der Handel produziert Eigenmarken, der jeweilige Handel hat seine eigenen Lieferanten, die nach bestimmten Produktionsrichtlinien produzieren müssen. Ein Produzent, der nicht nach diesen Richtlinien produziert, darf den Handel nicht beliefern, da dieser nach anderen Kriterien produziert. Der Handel bietet somit keine Abnahmemöglichkeit für potenzielle Überschüsse dar.	2
Liefer-, Abnahmeverträge mit dem Handel	Sind außerhalb des vertraglich vereinbarten Lieferzeitraums Mengen vorhanden, werden diese vom Handel nicht abgenommen. Damit entstehen Überkapazitäten.	2
Aktionen	Ein Befragter nennt als Grund für Überschüsse Aktionen mit teilweise ausländischen Waren, die bereits längere Zeit im Voraus geplant sind und die realisiert werden, obwohl bereits heimische Ware verfügbar ist. Heimische Ware wird somit im Handel verdrängt, das führt zu Überkapazitäten.	1

Tabelle 4-2: Gründe, warum Lebensmittel nicht verkauft/geerntet werden können - Bereich KOSTEN

Gründe	Beschreibung	Anzahl an Nennungen
kostenintensive Zertifizierungen	Die zahlreichen Zertifizierungen im Lebensmittelbereich stellen für die kleinen Produzenten ein Problem dar, da diese sehr kostenintensiv sind, für einen kleineren Produktionsbetrieb finanziell kaum zu schaffen. Große Handelsketten verfügen über diese (neu eingeführten) Zertifizierungen, daraus entsteht ein klarer Wettbewerbsvorteil gegenüber kleinen Produktionsbetrieben. Kleinproduzenten kommen somit zunehmend unter Druck, ausschließlich Großketten zu beliefern → dies führt zur bereits beschriebenen Problematik in Tabelle 4-1.	2
Hohe Lohnkosten am Produktionsstandort Österreich	Ein Befragter gibt an, dass in Österreich vergleichsweise hohe Lohnkosten anfallen, da die Arbeiter am Feld nicht nur unfall-, sondern auch sozialversichert sein müssen (im Gegensatz zu z.B. Deutschland). Die Kosten für die Lebensmittel sind somit im Vergleich zu ausländischen Lebensmitteln spürbar höher, ausländischer wird inländischer Ware vorgezogen. Besonders bei handarbeitsintensiven Lebensmit-	1

Gründe	Beschreibung	Anzahl an Nennungen
	teln wie Spargel oder Erdbeeren, die täglich geerntet werden müssen (somit auch an Sonn- und Feiertagen → doppelter Lohn), führen die hohen Lohnkosten dazu, dass Erntekosten höher sind als die Einnahmen. Ökonomisch gesehen rechnet sich eine Ernte nicht, die Ware verbleibt am Feld und wird eingeackert.	

Tabelle 4-3: Gründe, warum Lebensmittel nicht verkauft/geerntet werden können - Bereich NATUR

Gründe	Beschreibung	Anzahl an Nennungen
Witterungsbedingt	Wenn das Wetter optimal ist, dann kommt es zu Produktionsüberschüssen. Die Erntemengen sind witterungsbedingt stark schwankend (bis zu 30 % nennt ein Befragter) und sind nicht kalkulierbar. Ein Befragter sagt, dass es auch problematisch ist, wenn es eine Phase gibt, die kühler ist (das Wachstum wird gebremst), und anschließend es eine Phase gibt mit einem extrem wüchsigem, warmen Wetter, dann kann es passieren, dass die Ernte von zwei Sätzen gleichzeitig erfolgt. So entstehen plötzlich Überschussmengen, die entsprechenden Abnehmer sind nicht vorhanden.	7
Überangebot im Ausland	Zwei Befragte geben an, dass die Vermarktung der heimischen Ware problematisch ist, wenn ein witterungsbedingtes Überangebot an ausländischen Waren vorhanden ist. Die meist billigere ausländische Ware wird bevorzugt.	2
Lebensmittel-Eigenschaft	Ist ein Lebensmittel von Natur aus schnellwüchsig und hat eine kurze Haltbarkeit, dann kann dies dazu führen, dass diese Lebensmittel aufgrund Qualitätsmängel weggeworfen werden müssen, wenn entsprechende Abnehmer fehlen.	2

Tabelle 4-4: Gründe, warum Lebensmittel nicht verkauft/geerntet werden können - Bereich PRODUKTIONSBETRIEB

Gründe	Beschreibung	Anzahl an Nennungen
verstärkte Produktion als Reaktion auf ertragsschwaches Vorjahr	Besonders im letzten Jahr war die Überschuss-Problematik zu spüren. Grund dafür war ein sehr ernteschwaches Vorjahr. Daraufhin wurde 1 Jahr später die Produktionsmenge merklich erhöht, und	1

Gründe	Beschreibung	Anzahl an Nennungen
	zwar in der gesamten Region. Aufgrund optimaler Witterungsbedingungen war die Ernte letztes Jahr schließlich so gut, dass große Mengen an Lebensmittel weggeworfen werden mussten, da entsprechende Abnehmer fehlten.	
Lagerausfälle aufgrund Einschränkungen hinsichtlich Pflanzenschutzmittel	Ein Befragter sagt, dass es vorkommt, dass genusstaugliche Produkte aufgrund der massiven Reduktion von Rückständen bzw. zugelassene Pflanzenschutzmitteln weggeworfen werden. Das ist zum Teil ein Problem am Lager, dass es bei gewissen Sorten zu Lagerausfällen von bis zu 50 % kommt (z.B. Produkte sind zu weich, teilweise auch Fäulnis → diese sind im Handel nicht mehr unterzubringen).	1
misslungenes Experiment	Ein Befragter gibt an, dass eine große Menge eines Gemüses weggeworfen werden musste, da die Qualität nicht gestimmt hat. Es handelte sich dabei um einen Produktionsversuch mit Gemüseknochen, die von einem Händler bezogen wurde, der diese Knochen ansonsten weggeworfen hätte.	1

Tabelle 4-5: Gründe, warum Lebensmittel nicht verkauft/geerntet werden können - Bereich STRUKTUR

Gründe	Beschreibung	Anzahl an Nennungen
kleinstrukturierte Landwirtschaft - Mengenproblem	Ein Befragter gibt an, dass durch die in Oberösterreich vorherrschende kleinstrukturierte Landwirtschaft es zu Mengenproblemen kommen kann. Werden die Produkte weniger, dann ist man kein ernst zu nehmender Partner, und es wird (v.a. seitens des Großhandels) gerne wieder auf ausländische Produkte zurückgegriffen.	1
begrenzte Silokapazitäten	Speziell bei Lebensmitteln, die verarbeitet werden, wie z.B. Kraut, entstehen Überschüsse aufgrund der begrenzten Silokapazitäten bei den Verarbeitern. Die Verarbeiter können Industriekraut nicht mehr annehmen, da die entsprechenden Kapazitäten nicht gegeben sind. Das Kraut bleibt somit auf dem Feld liegen und muss vernichtet werden.	1
fehlende Nachfrage	Die Nachfrage nach Lebensmitteln unterliegt zeitlichen Schwankungen. Ist die Nachfrage in einer gewissen Zeitspanne gering, hat der Produzent jedoch ein Überangebot, entstehen Überschüsse, die nicht verkauft werden können.	1
Fehlende Logistik	Ein Befragter sagt, dass, speziell die Übermengen	1

Gründe	Beschreibung	Anzahl an Nennungen
	im letzten Jahr nicht unterbringbar waren, da die entsprechende Logistik fehlt.	

Zusammenfassend wird angemerkt, dass besonders folgende Gründe für die Entstehung von Überschüssen bzw. für den Nicht-Verkauf von Lebensmitteln ausschlaggebend sind:

- Optimale Witterungsverhältnisse
- Hohe Lohnkosten am Produktionsstandort Österreich sowie Preisdruck des Handels (die billigere ausländische Ware wird bevorzugt, besonders problematisch bei handarbeitsintensiven Lebensmitteln sowie jene, die täglich - also auch an Sonn- und Feiertagen mit doppelter Lohnauszahlung - geerntet werden müssen)
- Qualitätsmängel (Optik, nicht-handelsgerechte Größenklassen, 2. Klasse-Ware, misslungenes Experiment)
- Liefer- und Abnahmeverträge mit dem Handel (ist ein Lebensmittel bereits vor dem Lieferzeitraum vorhanden, wird dieses Lebensmittel vom Handel nicht abgenommen)
- Verstärkte Produktion als Reaktion auf ertragsschwaches Vorjahr
- Fehlende Nachfrage nach bestimmten Lebensmitteln in bestimmten Zeiträumen

Folgende Gründe begünstigen die Entstehung von Überschüssen und den Nicht-Verkauf von Lebensmitteln:

- Produktion nach bestimmten Richtlinien für Eigenmarken des Handels
- Aktionen im Handel mit ausländischen Lebensmitteln
- kostenintensive Zertifizierungen und in Folge dessen ein Wettbewerbsvorteil für Großbetriebe und Großhandel
- Überangebot im Ausland
- Lebensmittel-Eigenschaft (kurze Haltbarkeit, Schnellwüchsigkeit)
- Lagerausfälle aufgrund Einschränkungen hinsichtlich Pflanzenschutzmittel
- kleinstrukturierte Landwirtschaft (Mengenproblem)
- begrenzte Silokapazitäten (besonders problematisch bei zu verarbeitenden Lebensmitteln)
- Fehlende Logistik um Überschüsse an entsprechende Abnehmer zu bringen

4.1.2.3 Problematische Obst- und Gemüsearten

Abbildung 4-11 zeigt die genannten Obst- und Gemüsearten, die die Befragten als problematisch hinsichtlich des Nicht-Verkaufs und/oder Nicht-Erntens einstufen.

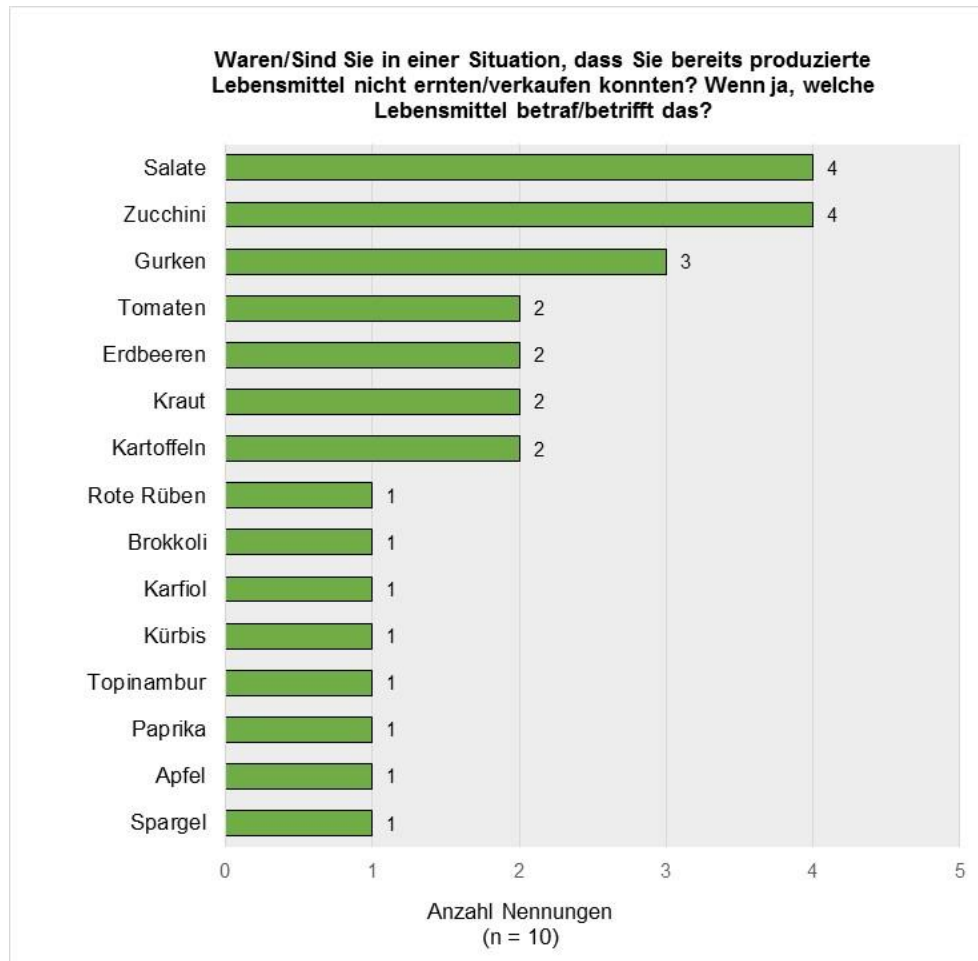


Abbildung 4-11: Hinsichtlich des Nicht-Verkaufs/Erntens problematische Lebensmittel

Jeweils 4 befragte Produzenten geben an, dass Salatgewächse und Zucchini problematische Lebensmittel hinsichtlich Absatz- und Überschussproblemen sind. Salate haben ein kleines Erntefenster in der der Salat geerntet werden muss, da er ansonsten zu groß wird oder auswächst. In diesem Fall trägt der Produzent ein großes Risiko, da er unter Umständen den Salat aufgrund der geringeren Qualität wieder von den Kunden zurückbekommt. Zudem sind Salatgewächse relativ empfindlich, aufgrund der geringen Haltbarkeit muss das Lebensmittel rasch an den Abnehmer gebracht werden. Ein Befragter sagt, dass beim Salat es etwa fünf Mal im Jahr zu Überschüssen kommt. Zucchini gehören zu jenen Lebensmitteln, die täglich geerntet werden müssen, also auch an Sonn- und Feiertagen mit doppelter Lohnauszahlung. Sind die Mengen etwa am Ende der Saison nicht mehr ausreichend vorhanden, wird vom Handel wieder ausländische Ware (z.B. von Italien oder Deutschland) bevorzugt. Ist der Ertrag in einigen Wochen extrem groß - und ist der Absatz kurze Zeit nicht gut - dann kommt es sehr rasch zu Überschüssen.

3 Befragte geben an, dass Gurken häufig nicht verkauft werden können. Besonders bei Feldgurken ist die Problematik vorhanden, wenn nicht ausreichend Mengen vorhanden sind und der Handel auf ausländische Ware zurückgreift.

Jeweils 2 Befragte stufen Tomaten, Erdbeeren, Kraut und Kartoffeln als problematisch ein. Bei Tomaten und Erdbeeren gibt es besonders während der Saison Erntespitzen, hier fehlen teilweise die entsprechenden Abnehmer. Ein Befragter meint auch, wenn Großküchen in der Erdbeersaison verstärkt Erdbeeren aus der Region am Speiseplan integrieren würden, dann wäre das am oberösterreichischen Markt spürbar. Zudem müssen auch Erdbeeren jeden Tag geerntet werden (doppelte Lohnkosten an Sonn- und Feiertagen).

Jeweils 1 Nennung weisen diese Lebensmittel auf: Rote Rüben, Brokkoli, Karfiol, Kürbis, Topinambur, Paprika, Apfel, Spargel. Bei der Spargelproduktion fällt sehr viel Handarbeit an, von den Gesamtkosten entfallen etwa 50 % auf Erntekosten (händische Ernte), somit rentiert sich eine Ernte für den Produzent ökonomisch nicht. Beim Kürbis wird relativ viel weggeworfen oder am Feld belassen, ein Kürbis ist lediglich begrenzt lagerfähig.

Die Überschussproblematik betrifft vor allem jene Lebensmittel, die

- **täglich geerntet werden müssen,**
- **ein kleines Erntefenster aufweisen,**
- **eine geringe Lagerfähigkeit haben und**
- **schnellwüchsig sind.**

Zudem sind von dieser Problematik jene Lebensmittel betroffen, die relativ schwer veredelt werden können, wie z.B. Topinambur, Karfiol, Brokkoli.

Abbildung 4-12 zeigt eine Gegenüberstellung der genannten problematischen und den von den Großküchen gewünschten Lebensmitteln aus der Region. Es zeigt sich, dass - bis auf die Ausnahme Brokkoli - ausreichend Nachfrage seitens der Großküchen vorhanden ist.

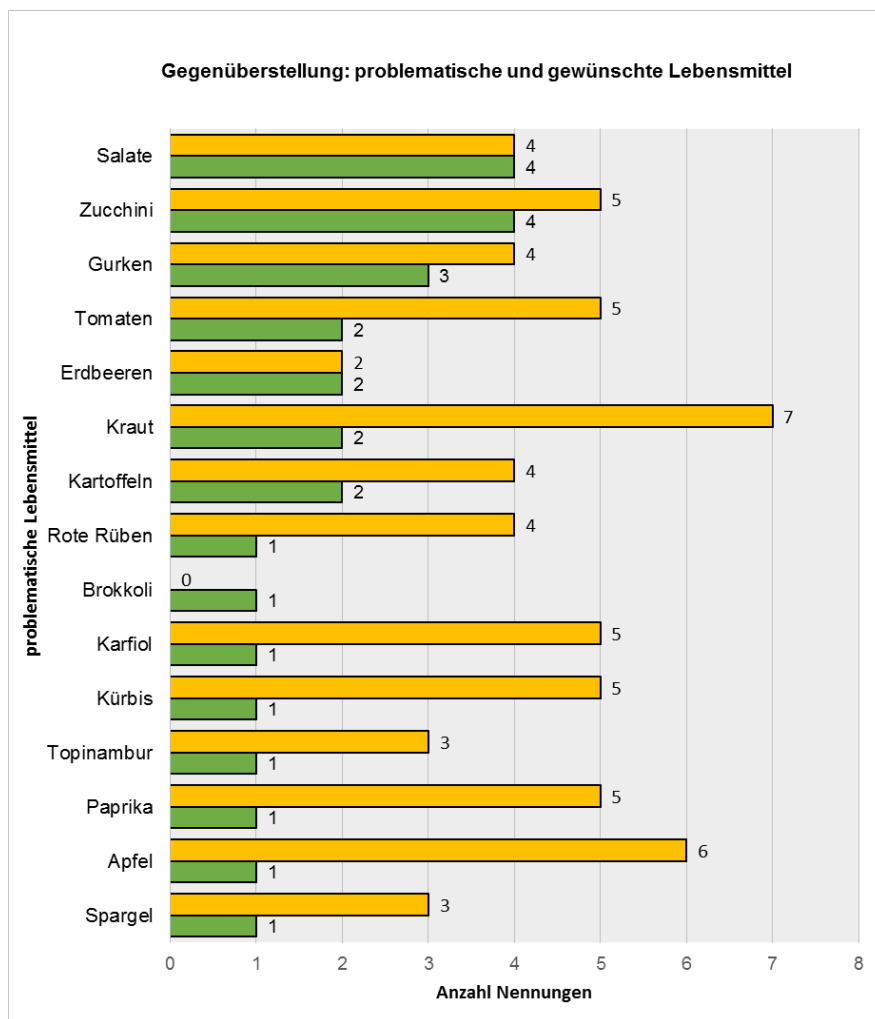


Abbildung 4-12: Gegenüberstellung: problematische und von den Großküchen gewünschte Lebensmittel

4.1.2.4 Problembehebung durch Lagerung und/oder Haltbarmachung

Überschüsse sind besonders bei jenen Lebensmitteln relativ unproblematisch, die leicht zu verarbeiten oder gut lagerfähig sind, wie zum Beispiel Wurzelgemüse, Lagergemüse, Karotten. Bei Überschüssen lagert der Produzent einfach mehr ein (2 Nennungen). Voraussetzung dafür ist, dass gute Lagermöglichkeiten bei den Produzenten vorhanden sind (1 Nennung). Bei nicht haltbaren Lebensmitteln wie Salatgewächse kann das Überschussproblem durch Lagerung nicht behoben werden (1 Nennung). Auch beim Spargel ist eine Lagerung möglich, allerdings nur für ein paar Tage - der Spargel wird sofort nach der Ernte im Eiswasser gekühlt und anschließend in Kühlräumen gelagert (1 Nennung). 1 Befragter gibt an, dass die Lagerung in Form von modernsten Kühlslagern in der Gemeinschaft erfolgen soll, da für jeden einzelnen Produzenten die Kosten für die Lagerung reduziert werden können.

Ein Befragter sagt, dass Überschussprobleme durch Lagerung nicht behoben werden können, da zwar Lagerräume bei den meisten Produzenten vorhanden sind, jedoch oft keine

Kühlräume. Rasch verderbliche Lebensmittel wie z.B. Salatgewächse müssen sofort gekühlt werden um ein paar Tage haltbar zu sein.

Hinsichtlich der Haltbarmachung von Lebensmitteln meinen 4 Befragte, dass eine Behebung der Überschussproblematik damit möglich ist. Aufgrund eines Überschusses an Kraut im letzten Jahr hat ein befragter Produzent begonnen, am eigenen Betrieb selbst Sauerkraut herzustellen. Folgende Möglichkeiten zur Haltbarmachung werden genannt:

- Zusammenarbeit mit Verarbeitungsbetrieben
- Bäuerliche Produktion von Sugos, Marmeladen, Dörrprodukte, Eingelegtes etc. (z.B. Tomaten-Paprika-Sugo, Physalis-Marmelade, Zucchini einlegen, Paprika im Glas, Puzta-Kraut bei Qualitätsmängel des Krauts)

Die Haltbarmachung ist lediglich auf bestimmte Lebensmittel beschränkt. Salatgewächse, Topinambur, Karfiol oder Brokkoli können nicht veredelt werden. 2 Befragte merken an, dass z.B. Salat, der am Feld eingehäckselt wird, in der darauf folgenden Kultur die Düngermengen reduziert werden können. Das Verschenken des Salates - als Alternative zum Einhäckseln - ist kontraproduktiv und würde einen betriebswirtschaftlichen Verlust bedeuten (2 Nennungen).

4.1.3 Maßnahmen zur Vernetzung

In einem dritten Schritt erfolgt die Erstellung eines Kataloges an Maßnahmen, die zu einer verstärkten Vernetzung zwischen landwirtschaftlichen Produzenten und Großküchen führen.

4.1.3.1 Im Produktionsbetrieb

Es werden 24 direkte und indirekte Maßnahmen erfasst, wie landwirtschaftliche Produzenten sich stärker mit Großküchen vernetzen können.

Maßnahmen mit *direkter Wirkung* für eine Vernetzung mit Großküchen

- Aufbau einer Internet-Plattform

Eine interne Vernetzung und eine Schaffung einer Plattform, die die Angebote der Produzenten beinhaltet und die die Großküchenleiter einsehen können. Das erleichtert die Informationsweitergabe, wann welches Lebensmittel aus der Region verfügbar ist, und erleichtert den Großküchen die Bestellung, da nicht jeder einzelne Produzent angeschrieben werden muss. Von einem Befragten wird auch angemerkt, dass je vielfältiger das Angebot auf der Plattform ist, desto besser wird es angenommen und umso interessanter ist das für die Großküchen. Ein weiterer Befragter gibt an, dass die Plattform für das Angebot von Produktionsüberschüssen geeignet wäre.

Anmerkung der Autoren: Der Aufbau einer Internet-Plattform ist eine gute Möglichkeit, um die Informationsweitergabe (Angebote, Überschussmengen, etc), rasch und an möglichst viele potenzielle Abnehmer zu bringen. Der Aufbau einer solchen Plattform zieht jedoch einen hohen Organisationsaufwand, notwendige Vorarbeiten (Check: Wie muss diese

Plattform konzipiert sein, damit Großküchen diese auch tatsächlich nutzen) sowie eine umfangreiche Öffentlichkeitsarbeit (Generieren der potenziellen Nutzer) mit sich. Zudem ist eine laufende Betreuung der Plattform durch eine externe Person erforderlich. Als große Herausforderung wird die Aufstellung eines machbaren Logistiksystems sein, um den großen Vorteil der Großhändler (mit 1 Lieferung wird 1 Bestellung von möglichst vielen Lebensmitteln geliefert) auszugleichen. Es besteht ansonsten die Gefahr, dass sich der Arbeitsaufwand der Küchenleiter aufgrund der zusätzlichen Belieferungen und Bestellungen spürbar erhöht.

- Zusammenarbeit mit Lebensmittel-Verarbeitern

Großküchen benötigen teilweise vorverarbeitete Lebensmittel (z.B. geschälte Kartoffeln). Schließt sich ein Produzent mit einem Verarbeiter zusammen, kann das das Interesse der Großküche steigern, dieses Lebensmittel zu beziehen. Ein Befragter sagt, dass das teilweise schon gemacht wird, im Großraum Eferding gibt es 2 bis 3 Verarbeiter, jedoch ist besonders in der EFKO (Frischfrucht und Delikatessen) - die Kapazität der Silos begrenzt. Diese Maßnahme ist also nur bedingt nützlich bei Überschussproblemen.

- Zusammenarbeit mit anderen Produzenten

Um die entsprechenden Mengen an Großküchen liefern zu können, ist eine Zusammenarbeit mit anderen Produzenten denkbar.

- Produktion auf Großküchen ausrichten

Produzenten können ihre Produktion hinsichtlich folgender Aspekte ausrichten: Art der Lebensmittel, Mengen, Verarbeitungsgrad. 6 von insgesamt 10 Befragten nennen diese Maßnahme, um sich verstärkt mit Großküchen zu vernetzen.

- Aufbau eines Wintersortiments für eine ganzjährige Belieferung von Großküchen

Großküchen fordern eine ganzjährige und kontinuierliche Belieferung mit Lebensmitteln. Besonders in den Wintermonaten ist das Angebot an heimischen Obst und Gemüse begrenzt. Die Aufstellung eines Wintersortiments für Großküchen, z.B. Wintergemüse, gewährleistet eine ganzjährige Belieferung von Großküchen mit regionalen Lebensmitteln anstatt ausländischer Ware.

Anmerkung der Autoren: Diese Maßnahme kann unter Umständen für den Produzenten mit hohen Kosten verbunden sein, etwa bei einer (Neu)Errichtung von Gewächs- oder Glashäusern.

- Gebinde an Großküchen anpassen

Großküchen benötigen meist größere Gebinde im Vergleich zu anderen Abnehmern. 2 befragte Produzenten nennen die Anpassung des Gebindes an Großküchenbedürfnisse als mögliche Vernetzungsmaßnahme.

- Aktionen

Sind Überschüsse oder Produkte vorhanden, die aufgrund Qualitätsmängel (z.B. zu große Rüben) nicht in den Handel kommen, können Großküchen diese Produkte meist abnehmen. Über spezielle Aktionen seitens der Produzenten wird der Absatz über Großküchen forciert.

- Verstärkte Großküchenbelieferung außerhalb des vertraglich vereinbarten Lieferzeitraums mit dem Handel

Sind außerhalb des vertraglich vereinbarten Lieferzeitraums Mengen vorhanden, werden diese vom Handel nicht abgenommen. Damit entstehen Überkapazitäten, die die Großküchen abnehmen können.

Anmerkung der Autoren: Großküchen wünschen sich von den Produzenten eine kontinuierliche Belieferung über das ganze Jahr. Für sie stellt es häufig eine Schwierigkeit dar, sporadische Anlieferungen von Produzenten anzunehmen. Die Autoren merken an, dass diese Maßnahme nur dann Erfolg haben wird, wenn bereits eine bestehende Zusammenarbeit zwischen dem Produzent und der jeweiligen Großküche stattfindet. Überschüsse vor und nach der Saison können mit einem geringen Aufwand für beide Seiten gehandelt werden.

- Verarbeitung der Lebensmittel am eigenen Betrieb

Dadurch, dass die Verarbeitung in Oberösterreich laut einer Befragten noch unterentwickelt ist, bzw. da noch Platz zur Weiterentwicklung wäre, besteht die Möglichkeit - besonders bei Überschüssen von rasch verderblichen Lebensmitteln - der Verarbeitung von Lebensmitteln direkt am Produktionsbetrieb. Die Verarbeitung erfolgt somit nicht industriell sondern auf bäuerlicher Seite.

- Gespräche und Telefonate mit Küchenleitern

Voraussetzung für eine Vernetzung beider Zielgruppen ist eine entsprechende Informationsweitergabe. Durch regelmäßige persönliche Gespräche oder Telefonate mit Großküchenleitern können zum einen Überschüsse leichter beworben werden, zum anderen können Wünsche und Bedürfnisse der Küchen in der eigenen Produktion aufgenommen werden.

- Angebotslisten erstellen und verschicken

Das Aussenden von z.B. wöchentlichen Angebotslisten an potenzielle Abnehmer, die die geernteten Lebensmittel inklusive Mengen und Preisangaben enthalten, ist eine gute Möglichkeit, um einerseits die vorhandenen Waren anzubieten und zugleich auch Überschüsse zu vermarkten. Die Großküchenleiter haben somit einen Überblick welche Lebensmittel zu welchen Zeitpunkt in welchem Gebiet verfügbar ist.

Maßnahmen mit *indirekter Wirkung* für eine Vernetzung mit Großküchen

- Bedienung eines gemeinsamen und möglichst umfangreichen Sortiments

Großküchen, die ihre Lebensmittel vom Großhändler beziehen, erhalten mit einer einzigen Bestellung sämtliche Lebensmittel mit 1 Lieferung zugestellt. Um diesen Vorteil der Großhändler auszugleichen, sollten sich die Produzenten untereinander abstimmen, wer welches Lebensmittel produziert, um miteinander ein möglichst umfangreiches Sortiment den Großküchen bieten zu können. Eine Befragte sagt: "*Nicht jeder muss Kraut produzieren.*" Die Autoren merken an, dass zudem die potenzielle Überschussmenge eines Lebensmittels minimiert wird, da die Anzahl an Produzenten die dasselbe Lebensmittel produzieren, reduziert ist. Die Wahrscheinlichkeit, Überschüsse verarbeiten zu lassen steigt, da die Silokapazitäten in diesem Fall wahrscheinlich ausreichend vorhanden sind.

Anmerkung der Autoren: Diese Maßnahme setzt eine gewisse Offenheit der Produzenten für das Miteinander voraus. Kritisch betrachtet wird dabei die große Konkurrenzsituation zwischen den einzelnen Produzenten z.B. im Eferdinger Becken, wo eine Vielzahl an Produktionsbetrieben beheimatet ist.

- Aufbau eines gemeinsamen und machbaren Logistiksystems

Um die Auslieferung an Großküchen zu vereinfachen, ist es notwendig ein entsprechendes, einfach handhabbares und für beide Zielgruppen machbares Logistiksystem aufzustellen. Ein Befragter sagt, dass die Logistik ein Riesenproblem ist, aber dass es sich auszahlen würde, wenn sich ein paar Produzenten zusammenschließen und ein weiterer noch dazu, der die Lebensmittel ausliefert, dann wäre das eine reine Organisationssache. Ein weiterer Befragter sagt, dass das Logistiksystem den Bedarf, die Bestellung bis hin zur Anlieferung umfassen soll. Mit einer gemeinsamen Logistik wird dem Problem entgegengesteuert, dass für jedes einzelne Lebensmittel eine Autofahrt notwendig wird (und somit rund um die Großküche das Verkehrsaufkommen gesteigert wird), und der Großküchenleiter für jedes Lebensmittel bei einem einzelnen Produzenten bestellen muss.

- Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit durch die Bildung von Gemeinschaften und Genossenschaften

Ein Befragter sagt, dass er die Zukunft in Gemeinschaften und Genossenschaften sieht. In diesen Gemeinschaften sollen die Lebensmittel zusammengeführt, aufbereitet und professionell vermarktet werden. Der Nachteil des Produktionsstandortes in Österreich - die vergleichsweise hohen Lohnkosten - soll damit ausgeglichen werden, da die Kosten für die notwendigen Maschinen und Gerätschaften, Lagerräume und Kühlräume, für den einzelnen Produzenten reduziert werden. Damit wird auch die Wettbewerbsfähigkeit der österreichischen Produzenten erhöht.

- Qualität liefern

Die Qualität der Lebensmittel muss den Anforderungen der Großküchen entsprechen. Die Großküchen setzen z.B. Hygienestandards voraus. Zertifizierungen sind für die kleineren Produktionsbetriebe finanziell nicht machbar, da diese sehr kostenintensiv sind. Der Handel fordert eine Top-Qualität der Lebensmittel.

- Produktion im geschützten Glashaus

Das Sortiment und die regionale Verfügbarkeit von Lebensmitteln könnte erhöht werden, wenn die Produktion in einem geschützten Glashaus erfolgt, nennt ein Befragter als potenzielle indirekte Vernetzungsmaßnahme.

- Dachorganisationen von Großküchen ansprechen

2 befragte Produzenten geben an, dass es wichtig ist, die "Szenerie Großküche" und deren Bedürfnisse zu kennen. Kontakte zu Dachorganisationen der Großküchen (z.B. AGÖ - Arbeitsgemeinschaft Großküchen Österreichs) aufbauen und sich gemeinsam mit diesen Vertretern sich das Portfolio anschaut, die Mengen die dahinterstehen, damit Angebote von der Produzentenseite gemacht werden können.

Anmerkung der Autoren: Nicht nur über Verbände mit Großküchen, sondern auch über öffentliche Verbände, wie zum Beispiel Krankenhausverband, die über eine Vielzahl an Standorten mit Großküchen verfügen, kann eine Kontaktaufnahme und eine daraus resultierende Vernetzung erfolgreich sein.

- Bewusstseinsbildung zu diesen Themen

- a. Lebensmittel: Den Wert des Essens den Konsumenten vermitteln.
- b. Produktionsstandort Österreich: Nachhaltige Produktion durch optimalen Produktionsstandort mit möglichst wenig externem Energieaufwand (z.B. Bewässerung)

Anmerkung der Autoren: Eine entsprechende Bewusstseinsbildung ist für die Förderung regionaler Lebensmittel in unserer Ernährung essentiell. Bewusstsein für regionale Lebensmittel nicht nur in der breiten Öffentlichkeit (Kinder, Jugendliche und Erwachsene) schaffen, sondern auch insbesondere in der Führungsebene von Großküchen. Entsprechende Vorgaben oder Leitbilder unterstützen Großküchenleiter dabei, auf Produkte der Region zurückzugreifen.

- Förderung von Regionalität

Konsumenten, Großküchen und Produzenten sollen sich zusammenschließen und regionale Lebensmittel aktiv nachfragen, nennt 1 Befragte als Maßnahme zur Förderung regionaler Lebensmittel.

- Kochbuch und Rezepte den Großküchen zur Verfügung stellen

Die Produktion von bestimmten Gemüsearten unterliegt einer ständigen Wandlung. Damit neue Gemüsearten auch verkocht werden, können den Großküchen Rezepte zur Verfügung gestellt werden, um diese Lebensmittel zu bewerben.

- Schulungen für Produzenten

Eine Befragte sagt, dass Produzenten daran arbeiten sollten, sich hinsichtlich Marketing und Innovationen schulen zu lassen, um die notwendige Professionalität zu erlangen, um ihre Produkte bestmöglich vermarkten zu können.

- Schulungen für Großküchenleiter

Um mit (neuen) regionalen Lebensmittel umgehen zu können, z.B. Wintergemüse, können spezielle Schulungen für Küchenleiter erfolgen.

- Verstärkt mit Groß- und Kleinhändlern zusammenarbeiten

Da Großküchen häufig von Händlern beziehen, können auf diesem Wege vermehrt regionale Lebensmittel von Küchen eingekauft werden.

Anmerkungen der Autoren: Problematisch im Großhandel sind die teilweise ungenügenden Informationen hinsichtlich der Herkunft der Lebensmittel. Bei einer Umsetzung dieser Maßnahme ist eine Rückverfolgbarkeit der Lebensmittel essentiell.

Tabelle 4-6 zeigt eine Übersicht der aus den Befragungen erfassten Maßnahmen, die in Produktionsbetrieben gesetzt werden können, um sich stärker mit Großküchen zu vernetzen sowie deren Bewertung hinsichtlich Wirkung, Umsetzungszeitraum, Umsetzungsaufwand und Kostenabschätzung.

Tabelle 4-6: Maßnahmenkatalog für Produzenten und Bewertung hinsichtlich Umsetzungsaufwand sowie Kosten

Kategorie	Nr.	Maßnahme	Wirkung		Umsetzungszeitraum			Umsetzungsaufwand			Kostenabschätzung		
			direkt	indirekt	kurz	mittel	lang	gering	mittel	hoch	gering	mittel	hoch
Zusammenschluss von Produzenten	1	Bedienung eines gemeinsamen und möglichst umfangreichen Sortiments (2 Nennungen) Annahme: An einem Zusammenschluss interessierte Produzenten müssen angesprochen werden und das Sortiment muss innerhalb der Produzenten abgesprochen werden.		●			●			●			●
	2	Aufbau eines gemeinsamen und machbaren Logistiksystems (3 Nennungen) Annahme: Der Zusammenschluss von Produzenten muss in einem ersten Schritt in die Wege geleitet werden, die das Logistiksystem nutzen werden.		●			●			●			●
	3	Aufbau einer Internet-Plattform (4 Nennungen) Annahme: Die an der Internet-Plattform teilnehmenden Anbieter sind bereits vorhanden und die Bedingungen der Abnehmer (z.B. Großküchen) hinsichtlich Bestellung und Anwendung der Plattform sind bekannt. Es sind keine Begleitaktivitäten berücksichtigt.	●			●			●			●	
	4	Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit durch die Bildung von Gemeinschaften und Genossenschaften (1 Nennung) Anmerkung: Hohe Kosten aufgrund des langwierigen Umsetzungsprozesses sind zu erwarten.		●			●			●		●	
	5	Zusammenarbeit mit Lebensmittel-Verarbeitern (1 Nennung) Annahme: Potenzielle Verarbeiter sind in der Region vorhanden und können die zusätzlichen Mengen verarbeiten.	●		●			●			●		

Kategorie	Nr.	Maßnahme	Wirkung		Umsetzungszeitraum			Umsetzungsaufwand			Kostenabschätzung		
			direkt	indirekt	kurz	mittel	lang	gering	mittel	hoch	gering	mittel	hoch
	6	Zusammenarbeit mit anderen Produzenten (1 Nennung) Annahme: Potenzielle Produzenten sind in der Region vorhanden und sind einer Zusammenarbeit interessiert.	●		●			●			●		
Betrieb & Produktion	7	Produktion auf Großküchen hinsichtlich Art der Lebensmittel, Mengen und Verarbeitungsgrad ausrichten (6 Nennungen)	●			●		●			●		
	8	Aufbau eines Wintersortiments für eine ganzjährige Belieferung von Großküchen (4 Nennungen) Annahme: Die entsprechenden Produktionsvoraussetzungen wie z.B. Folientunnel oder Glashäuser sind am Produktionsstandort bereits vorhanden. Ist dies nicht der Fall, vervielfachen sich die Kosten.	●			●		●			●		
	9	Gebinde an Großküchen anpassen, z.B. Kistengröße (2 Nennungen)	●			●		●			●		
Betrieb & Produktion	10	Aktionen machen bei Produktionsüberschüssen oder nicht handelsgerechten Größenklassen (2 Nennungen) Annahme: entsprechende potenzielle Abnehmer bzw. Kontakte sind vorhanden.	●		●			●			●		
	11	Qualität produzieren (4 Nennungen)		●			●		●			●	
	12	Verstärkte Großküchenbelieferung außerhalb des vertraglich vereinbarten Lieferzeitraums mit dem Handel (1 Nennung)	●		●			●			●		
	13	Verarbeitung der Lebensmittel am eigenen Betrieb (1 Nennung)	●			●			●			●	
	14	Produktion im Glashaus zur Verlängerung der Saison (1 Nennung)		●			●			●			●

Kategorie	Nr.	Maßnahme	Wirkung		Umsetzungszeitraum			Umsetzungsaufwand			Kostenabschätzung		
			direkt	indirekt	kurz	mittel	lang	gering	mittel	hoch	gering	mittel	hoch
	15	Persönliche Gespräche und regelmäßige Telefonate mit Küchenleiter führen (5 Nennungen)	●		●			●			●		
Kommunikation & Informationsweitergabe	16	Angebotslisten erstellen und per Mail an Küchen verschicken (2 Nennungen)	●		●			●			●		
	17	Dachorganisationen (z.B. Arbeitsgemeinschaft Großküchen Österreichs) ansprechen und Bedürfnisse der Küchen abklären (2 Nennungen)		●			●		●			●	
	18	Bewusstseinsbildung zum Thema Lebensmittel: <i>"Den Leuten vermitteln, dass das Essen etwas Wert sein darf."</i> (4 Nennungen)		●			●		●			●	
Know-how & Bewusstseinsbildung	19	Bewusstseinsbildung zum Produktionsstandort Österreich, optimale Produktionsbedingungen herrschen vor (1 Nennung)		●			●			●			●
	20	Konsumenten, Großküchen und Produzenten zusammenschließen und Regionalität fördern (2 Nennungen)		●			●			●			●
	21	Kochbuch und Rezepte für Großküchen erstellen zur Verwendung von regionalen Lebensmitteln (3 Nennungen)		●		●			●			●	
	22	Schulungen für Produzenten: Marketing, Innovationen (1 Nennung)		●		●		●			●		
	23	Schulungen für Großküchenleiter, z.B. Wintergemüseküche (1 Nennung)		●		●		●			●		
Zusammenarbeit mit Händlern	24	Verstärkt mit Großhändlern und kleineren Händlern zusammenarbeiten (2 Nennungen) Annahme: Kontakte zu den Händlern sind bereits vorhanden		●	●			●			●		

4.1.3.2 In Großküchen

Es werden 19 direkte und indirekte Maßnahmen erfasst, wie Großküchen sich stärker mit landwirtschaftlichen Produzenten vernetzen können bzw. den Einsatz regionaler Lebensmittel in Großküchen fördern.

Maßnahmen mit *direkter Wirkung* für eine Vernetzung mit Produzenten

- Beilagenbuffets mit regionalen Lebensmitteln und Überschussmengen füllen

"Wir sind gerade im Salatbereich sehr flexibel, ein Buffet, das Salatbuffet steht ja nicht am Speiseplan, da steht nur Salatbuffet. Das heißt, wenn der jetzt sagt, er hat 10 Kisten Weißkraut die der nicht anbringt, [...] dann machen sie am nächsten Tag einen Krautsalat", sagt ein Befragter.

- Aktionen in den Speiseplan einbauen

Wird seitens der Produzenten eine Aktion angeboten, z.B. von nicht genormten Lebensmitteln, mit etwa zu groß geratenen Rüben, die der Handel nicht abnimmt, oder mit Überschüssen, ist es bei einem flexiblen Speiseplan leicht möglich, dieses Lebensmittel zu verwenden.

- Obsttage bei Überschussmengen einbauen

Ein Befragter sagt, dass es zwei Mal pro Woche einen Obsttag gibt. Hier kann Obst aus der Region oder mögliche Überschüsse angeboten werden.

- Lebensmittel in der Küche tiefkühlen/haltbar machen

Ein Befragter sagt, dass es derzeit bereits gemacht wird, wenn z.B. Beeren bei einem regionalen Produzenten verfügbar sind, dann wird die Frischware abgenommen, in der Küche tiefgekühlt, verpackt und gelagert. Von den Autoren wird angemerkt, dass eine Voraussetzung für diese Maßnahme ausreichend große Lagerflächen bzw. (Tief)Kühlräume sind.

- Angebote prüfen

Um auf regionale Produzenten beim Einkauf zurückgreifen zu können, ist es notwendig, die entsprechenden Angebote zu prüfen. Die Küchenleiter müssen wissen, welche Lebensmittel zu welchem Zeitpunkt und in welcher Menge vorhanden sind.

- Kontakte suchen, nutzen und tauschen

4 Befragte geben an, Kontaktlisten von Produzenten zu benötigen. Ein Befragter meint, dass in seinem Unternehmen regelmäßig Küchenleitermeetings stattfinden, jeder einzelnen Küchenleiter hat seine Kontakte. In diesen Meetings findet ein Austausch statt, z.B. welche Lieferanten er hat, mit wem er zufrieden ist, wer derzeit Angebote hat. Ein Befragter sagt, dass eine Art Start-Workshop mit mehreren Produzenten möglich ist, um die Rahmenbedingungen abzuklären oder *"überhaupt selbst mit jedem Lieferanten ein Lieferantengespräch führt und da mal die Rahmenbedingungen klärt, aber das sind für mich ganz einfache Dinge. Meines Erachtens steckt da ein ganz normaler Prozess dahinter, wie eine Lieferantenliste. Nicht mehr und nicht weniger. Ich vermute sogar, dass man mit*

einem Produzenten etwas sachter umgeht als wie mit einem Lieferanten. Wenn ich das so sagen darf, weil der ja zumindest Lebensmittel produziert hat und der ja meines Erachtens einen ganz anderen Stellenwert hat und da auch vielleicht von den Einkäufern und von den Geschäftsführern sachter angegriffen wird wie wenn ein Lieferant kommt und die Ware verkauft. Da ist ja dann auch ein anderer Bezug da".

- Nutzung einer Plattform, die Angebote von den Produzenten enthält

Ein Befragter sagt, dass eine Plattform wünschenswert ist, die Angebote enthält, die voraussichtlichen Lebensmitteln und Mengen, sowie die Preislage.

- Im Falle einer zentralen Ausschreibung: nicht gelistete Produkte regional einkaufen

Ein Befragter sagt dazu: *"Und dann gibt es Nischen, wo ich sage, [...] bei jeder Ausschreibung gibt es gelistete Produkte, ich habe aber bei Rahmenvereinbarungen keine verpflichtende Abnahme, und dann gibt es Produkte, die es auch gibt, die aber nicht gelistet sind, bei denen geht es am allerleichtesten, weil bei denen gibt es nicht einmal eine Rahmenvereinbarung. Üblicherweise sind auch das bei Obst und Gemüse eher im niederschweligen Bereich wo man nicht von großen Beträgen redet, und da geht es relativ einfach".*

Maßnahmen mit *indirekter Wirkung* für eine Vernetzung mit Produzenten

- Lagerräume schaffen

3 befragte Küchenleiter geben an, ein Lagerungsproblem in ihrer Großküche zu haben, mögliche Überschüsse an Obst und Gemüse können somit nicht angenommen und eingelagert werden. Auch eine Haltbarmachung der Lebensmittel ist nicht möglich, da das Lager zu klein dafür ist. 1 weitere befragte Küchenleiterin sagt, dass es in ihrer Küche kein Problem ist, Überschüsse anzunehmen, da ausreichend Lagermöglichkeiten vorhanden sind. Für eine stärkere Vernetzung zwischen Produzent und Großküche - insbesondere bei der Abnahme von Überschussmengen - ist es somit notwendig, in der Großküche die räumlichen Voraussetzungen im Sinne von ausreichenden Lagermöglichkeiten zu schaffen.

Anmerkungen der Autoren: Diese Maßnahme kann lediglich bei Neu- oder Umbauten von Großküchen Anwendung finden. Es wird angemerkt, dass es notwendig ist, entgegen dem derzeitigen Trend Küchen zu verkleinern, die für eine Frischküche notwendigen Räumlichkeiten einzuplanen.

- Küchengerätschaften zur Verarbeitung und Haltbarmachung von Lebensmitteln anschaffen

Der Kauf von z.B. Kartoffelschälmaschinen muss bei einem Neubau/Neuplanung einer Küche mit dem Küchenplaner diskutiert werden. Ist keine entsprechende Maschine vorhanden, müssen Kartoffeln vorgeschält gekauft werden. Dies erschwert den Einsatz von unverarbeiteten Lebensmittel aus der Region.

- Ausreichend Küchenpersonal einsetzen

Um die meist unverarbeiteten regionalen Lebensmittel zu verarbeiten oder potenzielle Überschüsse haltbar zu machen, ist es notwendig, die personellen Voraussetzungen in der Küche zu schaffen. Eine Befragte sagt, dass es derzeit für sie kein Problem ist, plötzliche Überschüsse und unverarbeitete Lebensmittel aus der Region anzunehmen und diese in der Küche zu verarbeiten, da - derzeit noch - ausreichend Personal vorhanden ist. Die Autoren merken an, dass der Trend in Großküchen häufig in Richtung Personalreduktion und gleichzeitig Erhöhung des Einsatzes von Fertigprodukten geht. Damit wird der Einsatz von regionalen Lebensmitteln deutlich erschwert.

- Räumliche Voraussetzungen für die Verarbeitung von Lebensmitteln schaffen

Entsprechende Schmutzräume in der Großküche sind für die Verarbeitung von frischen, unverarbeiteten Lebensmitteln essentiell.

Anmerkungen der Autoren: Diese Maßnahme kann lediglich bei Neu- oder Umbauten von Großküchen Anwendung finden. Es wird angemerkt, dass es notwendig ist, entgegen dem derzeitigen Trend Küchen zu verkleinern, die für eine Frischküche notwendigen Räumlichkeiten einzuplanen.

- Saisonale Speisplangestaltung

"Speiseplan so gestalten, dass das eingesetzt werden kann, was gerade verfügbar ist. Also eine saisonale Speisplangestaltung ist notwendig" sagt ein Befragter. Die Autoren merken an, dass es zumindest eine Ausrichtung des Speiseplans hinsichtlich Sommer und Winter für die Großküchen erforderlich ist, um verstärkt regionale Lebensmittel zu verwenden.

- Kein fixer, starrer Speiseplan im 8-Wochen-Rhythmus, sondern ein flexibler

Besonders hinsichtlich der Überschussproblematik ist ein flexibler Speiseplan eine gute Möglichkeit, um kurzfristige Lieferungen relativ rasch einplanen zu können.

- Frisch kochen

Die Herkunft der Zutaten von Fertiggerichten ist meist nicht bekannt. Frisch kochen fördert den bewussten Einsatz von regionalen Lebensmitteln. Viele regionale Produzenten haben keine Möglichkeit zur professionellen Verarbeitung der Lebensmittel. Eine Befragte Produzentin sagt, dass es 2 bis 3 Verarbeiter im Gemüsehauptanbaugebiet (Großraum Eferding) gibt, da ist noch Potenzial nach oben hin vorhanden.

- Zusammenschluss mit anderen Küchen für die Bestellung

Um etwaige Mehrkosten abzufedern, schlägt ein Befragter die Möglichkeit vor, sich mit anderen Küchen zusammenzuschließen um durch die größeren Mengen Kosten zu sparen.

Anmerkung der Autoren: Diese Maßnahme wird aller Voraussicht nach lediglich in Großküchen erfolgreich umsetzbar sein, die aufgrund einer Zugehörigkeit einer Dachorganisation (z.B. Caritas) angehören.

- Herkunft der aktuell bezogenen Lebensmittel prüfen

Ein Befragter sagt, dass die Produktlisten der derzeitigen Lieferanten hinsichtlich der Herkunft der Lebensmittel geprüft werden. Auch über diesem Wege wird versucht, möglichst Lebensmittel aus der Region in die Großküche zu bringen.

- 1 Unternehmen, mehrere Großküchenstandorte: Eigener Einkauf je Standort

Speziell für Unternehmen, die über mehrere Standorte verfügen, ist es wichtig, einen eigenen Einkauf zu haben, der wiederum mit den operativen Einkäufen an den Standorten verbunden ist, also eine vorhandene Person im Beschaffungsmanagement an jedem einzelnen Standort.

- Einbeziehung der Führungsebene beim Lebensmitteleinkauf

Die Festlegung jener Produzenten oder Lieferanten, die an die Küche liefern dürfen, wird häufig von der Geschäftsführung getroffen bzw. diese muss die Wahl der jeweiligen Lieferanten zustimmen. Die Autoren weisen auf die Wichtigkeit hin, dass die Küchenleiter das OK der Geschäftsführung zum Einsatz von regionalen Lebensmitteln erhalten. Damit wird mögliches Konfliktpotenzial vermieden und dem Küchenleiter die für die Berücksichtigung der Regionalität notwendige Handlungsfreiheit gegeben.

Tabelle 4-7 zeigt die aus den Befragungen erfassten Maßnahmen, die in Großküchen gesetzt werden können, um sich stärker mit Produzenten zu vernetzen sowie deren Bewertung hinsichtlich Wirkung, Umsetzungszeitraum, Umsetzungsaufwand und Kostenabschätzung.

Tabelle 4-7: Maßnahmenkatalog für Großküchen und Bewertung hinsichtlich Umsetzungsaufwand sowie Kosten

Kategorie	Nr.	Maßnahme	Wirkung		Umsetzungszeitraum			Umsetzungsaufwand			Kostenabschätzung		
			direkt	indirekt	kurz	mittel	lang	gering	mittel	hoch	gering	mittel	hoch
Voraussetzungen in der Großküche schaffen	1	entsprechende Lagerräume schaffen (3 Nennungen) Annahme: ein Neubau bzw. Neuplanung der Küche ist notwendig		●			●			●			●
	2	Küchengerätschaften zur Verarbeitung und Haltbarmachung von Lebensmitteln anschaffen (3 Nennungen)		●			●		●			●	
	3	ausreichend Küchenpersonal zur Verfügung stellen (3 Nennungen) Annahme: Es werden zusätzlich Arbeitskräfte angestellt.		●			●			●			●
	4	Räumliche Voraussetzungen zur Verarbeitung von Lebensmitteln schaffen wie z.B. Schmutzräume (1 Nennung) Annahme: ein Neubau bzw. Neuplanung der Küche ist notwendig		●			●			●			●
Speiseplanung	5	Saisonale Speiseplangestaltung (5 Nennungen) Annahme: der Speiseplan wird neu ausgerichtet		●		●			●		●		
	6	Kein fixer, starrer Speiseplan z.B. im 8-Wochen-Rhythmus, sondern ein flexibler (5 Nennungen)		●		●			●		●		
	7	Flexibilität hinsichtlich Beilagen (z.B. Salatbuffet, Beilagenbuffet) (3 Nennungen)	●		●			●			●		

Kategorie	Nr.	Maßnahme	Wirkung		Umsetzungszeitraum			Umsetzungsaufwand			Kostenabschätzung		
			direkt	indirekt	kurz	mittel	lang	gering	mittel	hoch	gering	mittel	hoch
Speiseplan-gestaltung	8	Aktionen in den Speiseplan einbauen (3 Nennungen)	●		●			●			●		
	9	Obsttage einbauen bei Überschussmengen (1 Nennung)	●		●			●			●		
Kochprozess	10	Frisch kochen (5 Nennungen) Annahme: Es werden zusätzlich Arbeitskräfte angestellt.		●		●			●		●		
	11	Lebensmittel in der Küche tiefkühlen und haltbar machen (1 Nennung) Annahme: Ausreichend Personalkapazität sowie die entsprechenden Maschinen und Kühlräume stehen zur Verfügung.	●		●			●			●		
Einkaufspolitik	12	Angebote prüfen (4 Nennungen)	●		●			●			●		
	13	Kontakte suchen, nutzen und tauschen (4 Nennungen)	●			●			●		●		
	14	Nutzung einer Plattform, die Angebote von Produzenten enthält (1 Nennung)	●		●			●			●		
	15	Zusammenschluss mit anderen Küchen für die Bestellung (1 Nennung) Annahme: Es finden sich bereits gegenseitig bekannte Küchen, z.B. derselben Organisation wie Gespag, für die Bestellung zusammen.		●		●		●			●		
	16	Produktlisten von derzeitigen Lieferanten mit Herkunftsangaben anfordern und die Regionalität prüfen (1 Nennung)		●		●			●			●	
	17	Im Falle mehrere Küchen-Standorte einer Organisation: je Standort ein eigener Einkauf (1 Nennung)		●			●	●			●		
	18	Einbeziehung der Führungsebene beim Lebensmitteleinkauf (1 Nen-		●			●			●	●		

Kategorie	Nr.	Maßnahme	Wirkung		Umsetzungszeitraum			Umsetzungsaufwand			Kostenabschätzung		
			direkt	indirekt	kurz	mittel	lang	gering	mittel	hoch	gering	mittel	hoch
		nung)											
	19	Im Falle einer zentralen Ausschreibung: Flexibilität bei nicht gelisteten Produkten (1 Nennung) Annahme: regionale Produzenten werden recherchiert und eine Zusammenarbeit wird initiiert.		●		●			●		●		

4.1.3.3 Vor- und Nachteile von empfohlenen Vernetzungsmaßnahmen

In der Phase 1 des Projektes wurden 43 Vernetzungs-Maßnahmen für den landwirtschaftlichen Betrieb und für Großküchen identifiziert. Im Folgenden sind die Vor- und Nachteile jener erfassten Vernetzungsmaßnahmen dargestellt, die vom Projektteam für eine praktische Umsetzung auf kurz-, mittel- oder langfristiger Sicht empfohlen werden.

Tabelle 4-8: Vor- und Nachteile der zur praktischen Umsetzung empfohlenen Vernetzungsmaßnahmen seitens landwirtschaftlicher Betriebe

Maßnahme	Vorteile	Nachteile
Bedienung eines gemeinsamen und möglichst umfangreichen Sortiments (langfristig)	- Die potenzielle Überschussmenge eines Lebensmittels wird reduziert, da nicht 'jeder dasselbe produziert'. - Großküchen kann ein großes Sortiment angeboten werden, dadurch werden Produzenten als Lieferanten attraktiver. - Den Produzenten wird eine ganzjährige Belieferung von Großküchen erleichtert.	- Maßnahme mit lediglich indirekter Wirkung - Die gemeinsame Zusammenarbeit und Abstimmung des Sortiments setzt eine gewisse Offenheit der Produzenten voraus. - Zeitaufwändig in der Umsetzung

Maßnahme	Vorteile	Nachteile
	• Die Wettbewerbsfähigkeit der Produzenten steigt.	
Aufbau eines gemeinsamen Logistiksystems (langfristig)	• Die Wettbewerbsfähigkeit der Produzenten steigt. • Großküchen kann ein großes Sortiment angeboten werden, dadurch werden Produzenten als Lieferanten attraktiver. • Den Produzenten wird eine ganzjährige Belieferung von Großküchen erleichtert.	• Maßnahme mit lediglich indirekter Wirkung • Die gemeinsame Zusammenarbeit setzt eine gewisse Offenheit der Produzenten voraus. • Zeitaufwändig in der Umsetzung
Aufbau einer Internet-Plattform (mittelfristig)	• Überschüsse können möglichst vielen potenziellen Abnehmern angeboten werden. • Es werden jene Lebensmittel angeboten, die derzeit verfügbar sind, damit wird der Einsatz von saisonalen Lebensmitteln forciert. • Ist eine Maßnahme mit direkter Vernetzungswirkung. • Auf einer Plattform kann eine große Anzahl an Produzenten ihre Produkte anbieten. Den jeweiligen Zielgruppen wird damit im Idealfall ein umfangreiches Sortiment geboten, welches die Attraktivität und die Wettbewerbsfähigkeit der Produzenten erhöht. • Eine online-Plattform erhöht die Wettbewerbsfähigkeit der Produzenten bezüglich Großhändler. • Aufgrund der gemeinschaftlichen Zusammenarbeit der Produzenten können Konkurrenzen, wie zum Beispiel im Eferdinger Becken (= Anzahl an landwirtschaftlichen Betrieben ist sehr hoch) reduziert werden.	• Voraussetzung dafür ist ein einheitliches Logistiksystem zur Auslieferung der Waren. Ziel soll es sein: 1 Bestellung des Küchenleiters, 1 Lieferung und im Idealfall 1 Rechnung. • Die Bedürfnisse der Kunden der Plattform müssen bei der Umsetzung der Maßnahme berücksichtigt werden, damit diese Plattform angenommen wird.
Zusammenarbeit mit anderen Produzenten	• Überschüsse können reduziert werden, indem Übermengen eines Betriebes die Min-	• Offenheit zur Zusammenarbeit ist Voraussetzung.

Maßnahme	Vorteile	Nachteile
(kurzfristig)	dermengen eines anderen Betriebes kompensieren. • Sind bereits Kontaktdaten vorhanden, handelt es sich um eine kurzfristig umsetzbare Maßnahme.	
Produktion auf Großküchen hinsichtlich Art der Lebensmittel, Mengen und Verarbeitungsgrad ausrichten (mittelfristig)	• Die Berücksichtigung der Anforderungen von Großküchen führt zu einer direkten Vernetzung. Die Autoren merken an, dass zum Beispiel im Zuge von regelmäßig durchgeführten Meetings diese Anforderungen und auch Wünsche von Großküchen an die Produzenten herangetragen werden könnten. • Die Ausrichtung der Produktion auf Großküchen-Bedürfnisse führt zu einer höheren Akzeptanz der Großküchen und erleichtert eine dauerhafte Zusammenarbeit. • Diese Maßnahme kann die Vielfalt am Speiseplan fördern, da z.B. für Großküchen interessantes Obst und Gemüse (z.B. Vielfaltssorten) speziell für Großküchen angebaut werden kann.	• Die Aufstellung eines veränderten Sortiments für Großküchen könnte - je nach Art der Lebensmittel - für den Produzenten mit einem gewissen Arbeitsaufwand verbunden sein.
Aufbau eines Wintersortiments für eine ganzjährige Belieferung von Großküchen (mittelfristig)	• Findet eine kontinuierliche, ganzjährige Belieferung von Großküchen statt, erleichtert dies die Reduktion von Produktionsüberschüssen, da Produzent und Küchenleiter regelmäßig in Kontakt sind und Überschüsse aktiv beworben werden können. • Der Bezug des regionalen Wintersortiments führt zu einer saisonalen Speiseplangestaltung. • Der Produzent kann auch in den Wintermonaten - der "toten" Zeit in der Landwirtschaft -	• Sind entsprechende Produktionshäuser (z.B. Glashäuser) für eine Winterproduktion nicht vorhanden, ist diese Maßnahme sehr kostenintensiv.

Maßnahme	Vorteile	Nachteile
Verarbeitung von Produktionsüberschüssen am eigenen Betrieb (mittelfristig)	ernten und die Produkte verkaufen. • Besonders bei rasch verderblichen Lebensmitteln wie Tomaten, Zucchini oder Gurken ist die Haltbarmachung von Überschüssen (z.B. in Form von eingelegtem Gemüse) eine gute Möglichkeit, um diese Lebensmittel nicht entsorgen zu müssen. • Für den Produzent ergibt sich ein weiterer Vorteil, da für das Verarbeitungsprodukt im Vergleich zum Frischprodukt ein höherer Preis veranschlagt werden kann. • Für die Großküche ergibt sich ein Vorteil, da das verarbeitete Produkt grundsätzlich mit einem geringen Arbeitsaufwand verbunden ist.	• Das Verarbeitungsprodukt muss den Abnehmern "geschmacklich zusagen". Im Falle einer Großküchen-Belieferung sollte das Rezept des Verarbeitungsprodukts mit dem Küchenleiter abgesprochen sein. • Sind keine entsprechenden Verarbeitungsmaschinen vorhanden, müssen diese angeschafft werden.
Persönliche Gespräche und regelmäßige Telefonate mit Küchenleiter führen (kurzfristig)	• Überschüsse können leichter beworben werden. • Ist eine sehr effektive und effiziente Maßnahme, da dies eine direkte Vernetzung mit einem sehr geringen Kostenaufwand ist. • Aktuelles kann besprochen werden, wie zum Beispiel neue Produkte im Sortiment oder Wünsche von den Großküchen hinsichtlich des Sortiments. • Persönliche Gespräche führen zu einem erhöhten Verständnis für den jeweiligen Kooperationspartner (z.B. bei Produktpreisen oder Problemen). • Erfolgt das persönliche Gespräch direkt am landwirtschaftlichen Betrieb führt dies zu einer höheren Transparenz der Produktionsbedingungen seitens des Küchenleiters.	• Kontaktdaten müssen vorhanden sein.
Angebotslisten erstellen und per Mail an Kü-	• Eine große Zielgruppe kann erreicht werden.	• Entsprechende Kontaktdaten müssen vor-

Maßnahme	Vorteile	Nachteile
chen verschicken (kurzfristig)	• Produktionsüberschüsse können beworben werden. • Leicht und ohne großen Arbeitsaufwand für den Produzenten umsetzbar. • Preisvorgaben seitens des Produzenten, falls diese bereits in der Angebotsliste ersichtlich sind. • Bestellung für den Produzenten wird vereinfacht, da die Bestellungen lediglich angenommen werden, und keine Abnehmer mehr gefunden werden müssen. • Der Großküche wird das gesamte aktuell verfügbare Sortiment angeboten.	handen sein.

Tabelle 4-9: Vor- und Nachteile der zur praktischen Umsetzung empfohlenen Vernetzungsmaßnahmen seitens Großküchen

Maßnahme	Vorteile	Nachteile
Schulungen für Großküchenleiter, z.B. Wintergemüseküche (mittelfristig)	• Diese Maßnahme führt zu einer verstärkten Berücksichtigung der Saisonalität und infolge dessen zu einem abwechslungsreichen und attraktiveren Speiseplan. • Der Einsatz von regionalen Lebensmitteln in Großküchen wird erhöht, indem in den Wintermonaten nicht (nur) auf ausländisches Obst und Gemüse zurückgegriffen wird. • Der Bezug von saisonalem Wintergemüse führt dazu, dass Produzenten auch in den Wintermonaten ihre Produkte ernten und verkaufen können bzw. zu einem umfangreicheren Sortiment im Winter.	• Die Erstellung der Kursunterlagen sowie die Durchführung der Schulungen sind mit einem gewissen Zeitaufwand verbunden.
Entsprechende Lagerräume schaffen (langfris-	• Das Vorhandensein von entsprechenden La-	• Diese Maßnahme kann mit hohen Kosten

Ergebnisse

Maßnahme	Vorteile	Nachteile
tig)	gerräumen ermöglicht den Küchen, mögliche Überschüsse von Produzenten abzunehmen, zu verarbeiten und anschließend zu lagern.	verbunden sein, wenn im Zuge einer Neu- oder Umgestaltung der Küche Lagerräume geschaffen werden.
Küchengerätschaften zur Verarbeitung und Haltbarmachung von Lebensmitteln anschaffen (langfristig)	- Neben der bäuerlichen Verarbeitung/Haltbarmachung von Produktionsüberschüssen, kann die Küche selbst mit entsprechenden Geräten (z.B. Apfelschälmaschine zur Herstellung von Apfelmus) Verarbeitungsprodukte herstellen. Die Autoren merken an, dass diese Küchengeräte meist bereits in der Küchenplanung berücksichtigt werden müssen. - Eine Kosteneinsparung im Vergleich zu einem ähnlichen Convenience-Produkt ist möglich.	- Müssen entsprechende Gerätschaften angeschafft werden, ist diese Maßnahme mit hohen Kosten verbunden. - Diese Maßnahme ist verbunden mit höheren Personalkosten. Dennoch ist eine Kosteneinsparung im Vergleich zu einem ähnlichen Convenience-Produkt möglich!
Ausreichend Küchenpersonal zur Verfügung stellen (langfristig)	- Großküchen können Produktionsüberschüsse nur dann haltbar machen bzw. verarbeiten, wenn ausreichend Küchenpersonal vorhanden ist. - Da Produzenten häufig unverarbeitete Lebensmittel verkaufen, ist das Vorhandensein von ausreichend Küchenpersonal für das Rüsten und Verkochen der frischen Lebensmittel unabdingbar.	Müssen zusätzliche Küchenmitarbeiter eingestellt werden, dann ist diese Maßnahme zeit- und kostenintensiv.
Räumliche Voraussetzungen zur Verarbeitung von Lebensmitteln schaffen, wie z.B. Schmutzräume (langfristig)	Nur wenn Schmutzräume in den Küchen vorhanden sind, können frische, unverarbeitete Lebensmittel aus der Region verarbeitet werden.	Müssen im Zuge einer Neugestaltung der Großküche erst Schmutzräume geschaffen werden, ist diese Maßnahme mit hohen Kosten verbunden.
Saisonale Speiseplangestaltung (mittelfristig)	Eine saisonale Speiseplangestaltung ist Voraussetzung dafür, dass Lebensmittel aus der Region bezogen werden können.	Für den Küchenleiter ist die Gestaltung eines Speiseplans nach der Saison mit einem gewissen Arbeitsaufwand verbunden, da ein-

Ergebnisse

Maßnahme	Vorteile	Nachteile
	Die Saisonalität fördert Abwechslung am Teller in den jeweiligen Jahreszeiten und bieten den Konsumenten eine entsprechende Vielfalt.	zelne Speisen adaptiert oder geändert werden müssen.
Flexibilität hinsichtlich Beilagen (z.B. Salatbuffet, Beilagenbuffet) (kurzfristig)	Produktionsüberschüsse können meist leichter bei den angebotenen Beilagen wie z.B. das Salatbuffet, berücksichtigt werden, da diese meist nicht am Speiseplan nicht explizit angeführt sind (hier steht "Salatbuffet", nicht "Krautsalat").	
Frisch kochen (mittelfristig)	- Ist unabdingbar für den Einsatz von frischen, unverarbeiteten Lebensmittel aus der Region. - Ist Voraussetzung für die Verarbeitung von Produktionsüberschüssen.	Ist lediglich eine Vernetzungsmaßnahme mit indirekter Wirkung.
Nutzung einer Plattform, die Angebote von Produzenten enthält (kurzfristig)	- Im Idealfall kann mit 1 Bestellung ein umfangreiches Sortiment bezogen werden. - Die Nutzung der Plattform ist ein Garant für 100 % regionale und saisonale Lebensmittel. - Die Nutzung der Plattform stärkt heimische landwirtschaftliche Betriebe.	
Produktlisten von derzeitigen Lieferanten mit Herkunftsangaben anfordern und Regionalität prüfen (mittelfristig)	- Um zu wissen, welche Verbesserungspotenziale hinsichtlich der Regionalität der derzeit eingesetzten Lebensmittel vorhanden sind, ist es notwendig, Herkunftsnachweise von den aktuellen Lieferanten einzufordern. - Es können gezielt nicht-regionale Lebensmittel durch regionale ersetzt werden. So wird der Regional-Anteil kontinuierlich erhöht.	Die Herkunftsangaben seitens der Lieferanten können häufig unzureichend sein, da ein einziges Lebensmittel nicht nur von einer Region oder Land bezogen wird, sondern zeitgleich von mehreren Regionen bzw. Ländern.
Einbeziehung der Führungsebene beim Lebensmitteleinkauf (langfristig)	Die Führungsebene einer Großküche kann die Einkaufspolitik der Küche positiv beein-	

Ergebnisse

Maßnahme	Vorteile	Nachteile
	flussen. Bekennt sich die Führungsebene zum Einsatz von Lebensmitteln aus der Region, wird dem Küchenleiter ein entsprechendes Handeln hinsichtlich regionale Lebensmittel erleichtert.	

Eine weitere grundlegende und vom Projektteam empfohlene Maßnahme zur Forcierung regionaler Lebensmittel ist eine **umfangreiche Bewusstseinsbildung zum Thema "regionale Lebensmittel"** (langfristig) bzw. die Vermittlung des Mehrwerts des Bezugs von regionalen Lebensmitteln.

- Vorteile: Sind die Konsumenten zu diesem Thema sensibilisiert, fragen die Konsumenten regionale Lebensmittel in Großküchen etc. aktiv nach. Somit steigt die Anforderung der Großküchen, verstärkt regionale Lebensmittel einzusetzen.
- Nachteile: Diese Maßnahme ist kosten- und zeitintensiv.

4.1.4 Voraussetzungen für eine erfolgreiche Vernetzung

Im Folgenden sind die in der Befragung genannten gegenseitigen Anforderungen dargestellt.

4.1.4.1 Anforderungen an Produzenten

Abbildung 4-13 zeigt die genannten Anforderungen der Großküchen, die sie an die Produzenten im Falle einer Belieferung stellen.

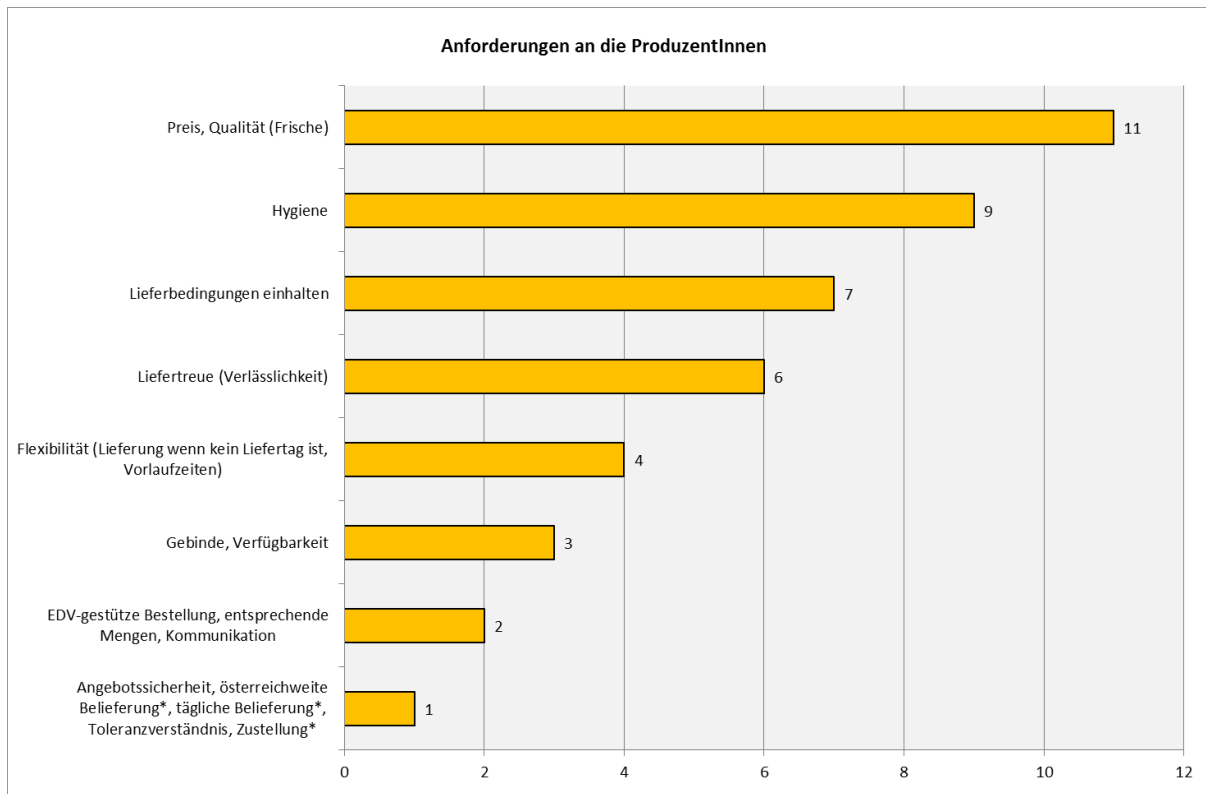


Abbildung 4-13: Übersicht der Anforderungen der Großküchen an den jeweiligen Produzenten (n=16)

11 der insgesamt 16 befragten Großküchen-Vertreter nennen als Anforderung einen angemessenen Preis und eine ordentliche und gleichbleibende Qualität (allen voran die Frische). 9 der insgesamt 16 Befragten sagen, dass die Hygienestandards (HACCP-Standards) eingehalten werden müssen. Die Lebensmittel müssen erdsauber sein, d.h. es dürfen keine Erdklumpen an den Lebensmitteln sein, die Kühltemperatur im Lieferwagen muss passen sowie Anlieferung in Plastikkisten.

7 Befragte geben an, dass die Lieferbedingungen eingehalten werden müssen. Für manche Küchen ist es Voraussetzung, dass die Lebensmittel am Morgen geliefert werden.

6 Befragte sagen, dass die Liefertreue eine wichtige Voraussetzung ist. d.h. dass der Küchenleiter sich darauf verlassen muss, dass die Lebensmittel rechtzeitig geliefert werden, wenn diese gebraucht werden.

Die Produzenten sollen auch eine gewisse Flexibilität aufweisen (4 Nennungen), z.B. Lieferung an einem Tag, wenn vielleicht nicht gerade sein Liefertag ist oder kurzfristige Bestellungen.

3 Befragte sagen, dass die Gebinde (z.B. die Größe) für Großküchen entsprechend sein soll und die Verfügbarkeit der Lebensmittel nicht nur für ein paar Wochen gegeben ist, sondern das ganze Jahr über.

Auf folgende Anforderungen entfallen jeweils 2 Nennungen: EDV-gestützte Bestellung, entsprechende Mengen sollen geliefert werden können, laufende Kommunikation mit den Produzenten.

1 Nennung entfällt auf Angebotssicherheit und Toleranzverständnis.

*Diese Küche bzw. dieses Unternehmen mit mehreren Küchenstandorten in ganz Österreich stellt eine Ausnahme dar, da die Reduktion der Lieferanten auf möglichst 1 Lieferanten im Vordergrund steht. Die Anforderungen dieses Unternehmens an den Lieferanten sind folgende: österreichweite Belieferung, tägliche Belieferung, und Zustellung (nicht Abholung).

4.1.4.2 Anforderungen an Großküchen

Abbildung 4-14 zeigt die genannten Anforderungen der Produzenten, die sie an die Großküchen im Falle einer Belieferung stellen.

4 befragte Produzenten sagen, dass die Zusammenarbeit für beide Seiten wirtschaftlich vorteilhaft sein soll. Für den Produzent und für die Großküche soll eine Win-Win-Situation entstehen. Eine Befragte sagt auch, dass Großküchen nicht nur (vergleichsweise billigere) Industrieware kaufen sollen, sondern auch Qualitätsprodukte.

Wichtig für die Produzenten ist, dass zwischen Bestellung und Lieferung eine gewisse Vorlaufzeit vorhanden ist. Für die Produzenten ist es schwierig, kurzfristige Bestellungen anzunehmen und gleich auszuliefern, in Ausnahmefällen ist dies möglich, jedoch grundsätzlich mit Schwierigkeiten verbunden. Dabei wird auch angemerkt, dass fixe Bestellzeiten eingehalten werden sollen.

Eine gewisse Kontinuität der Bestellungen soll auch gegeben sein (4 Nennungen). Ein Befragter sagt: *"Man soll einfach kontinuierlich sein, es hat keiner was davon, wenn es 1 Woche gemacht wird und dann wieder nicht. Es soll ein wenig nachhaltig auch sein. Und das ist eigentlich das Wichtigste, dass das auch ein bisschen kontinuierlich dahingeht und nicht eine Einmalaktion".*

2 Befragte sagen, dass pro Bestellung eine bestimmte Mindestmenge oder Mindestabsatz abgenommen wird. Dies ist abhängig von der zurückgelegten Transportdistanz, je weiter der Transportweg, desto größer soll die Mindestabnahmemenge sein.

1 Befragter sagt, dass die Intervalle der Lieferungen regelmäßig sein sollen.

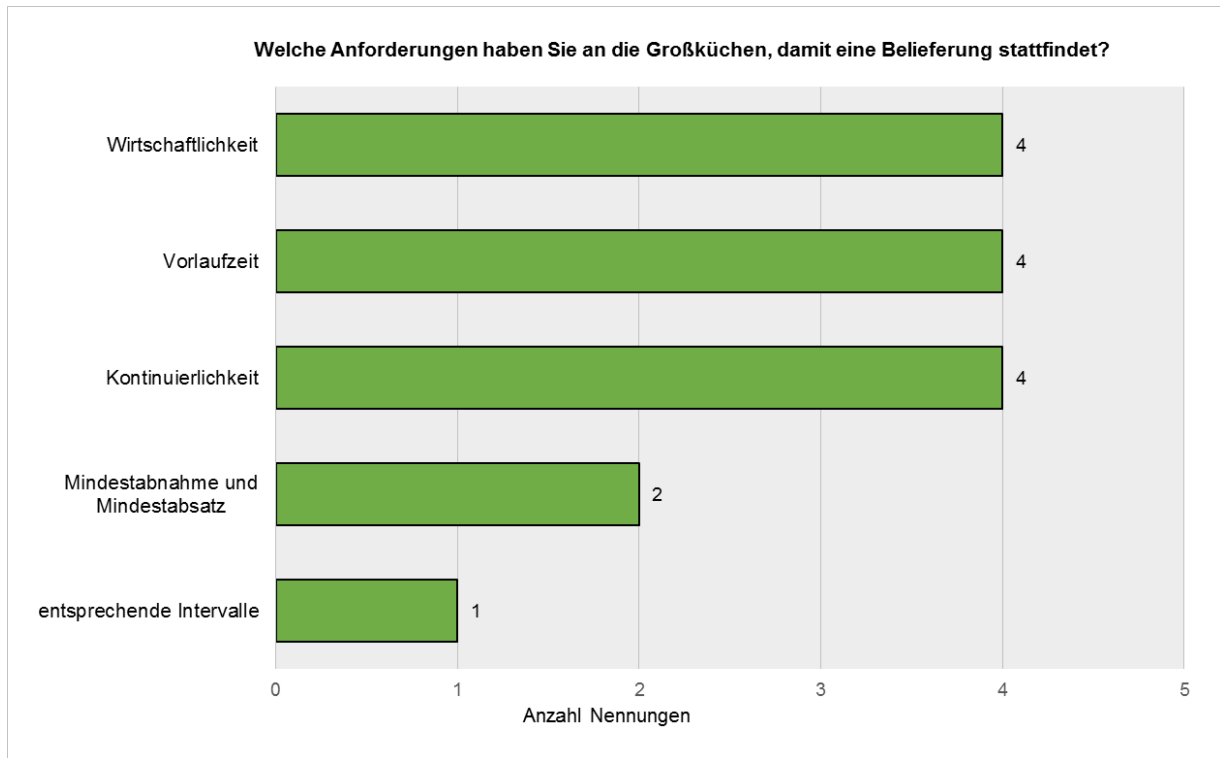


Abbildung 4-14: Übersicht der Anforderungen der Produzenten an die jeweilige Großküche (n=10)

4.1.5 Potenzialabschätzung

Die Potenzialabschätzung umfasst zum einen die Schätzung der jährlichen Produktionsüberschüsse seitens der landwirtschaftlichen Produzenten, die aufgrund fehlender Abnehmer am Landwirtschaftsbetrieb weggeworfen werden müssen, und zum anderen die Schätzung der Mengen an Lebensmitteln innerhalb der Warengruppen Obst und Gemüse, die Großküchen an regionalen Lebensmitteln potenziell einsetzen könnten.

4.1.5.1 Produzenten

Aufgrund des heiklen Themas "Lebensmittelvernichtung" und der damit verbundenen (und vom Projektteam vermuteten) Befürchtung, als Landwirtschaftsbetrieb "etwas falsch zu machen", konnten keine vollständigen, sondern lediglich beispielhafte Größenangaben zu den jährlichen Produktionsüberschüssen im Zuge der **Befragungen** in der Phase 1 des Projekts erfasst werden. *Tabelle 4-10* gibt eine Übersicht der erfassten Produktionsüberschüsse.

Tabelle 4-10: Übersicht der im Zuge der Befragungen in Phase 1 erfassten Produktionsüberschüssen

Lebensmittel	Produktionsüberschuss eines Jahres
Kraut	10 Boxen
Kartoffeln (mehlig)	30.000 kg
Äpfel	Bis 50 % der Produktionsmenge einer Sorte aufgrund von Lagerausfällen
Topinambur	800 kg

Ein Befragter sagt, dass die Ertragsbreite bei Gemüse - je nach Witterung - bei bis zu 30 % liegen kann. Es muss vom Produzenten genug angebaut werden, um die entsprechenden Mengen liefern zu können. Herrschen zudem noch optimale Witterungsbedingungen, dann fällt der Ertrag viel höher als geplant aus.

Hinsichtlich der Überschussproblematik schreiben auch [Gustavsson et al., 2011] in ihrer Studie *"Global Food Losses and Food Waste"*, welche zum Ziel hat, die Nahrungsmittel-Verluste sowie deren Ursachen entlang der gesamten Lebensmittelkette aufzuzeigen, folgendes: Um die Lieferung der vereinbarten Mengen zu gewährleisten, produzieren die Landwirte häufig größere Mengen, da unvorhergesehene Ereignisse wie schlechte Wetterbedingungen oder Schädlingsbefall zu einer geringeren Erntemenge führen können. Zur Problemlösung von Verlusten aufgrund Überschüsse rät [Stuart, 2009] In: [Gustavsson et al., 2011] zur verstärkten Kommunikation und Kooperation zwischen den Produzenten. Das Risiko einer Überproduktion kann reduziert werden, indem die Übermengen von einem Betrieb den Mangel eines anderen Betriebes kompensieren. In der Warengruppe Obst und Gemüse dominieren Verluste in der landwirtschaftlichen Produktion, auch nach der Ernte. Ein Grund dafür sind die strengen Qualitätsstandards von Händlern [Gustavsson et al., 2011]. Produkte werden aufgrund strenger Anforderungen hinsichtlich Qualität (Gewicht, Größe, Form, äußeres Erscheinungsbild) nicht angenommen. So verbleiben große Mengen an Nahrungsmitteln am landwirtschaftlichen Betrieb als Überschuss, weil etwa die Lebensmittel nach bestimmten Größenklassen aussortiert werden müssen. Hinsichtlich der Vermeidung dieser Verluste könnten Konsumentenbefragungen dazu führen, dass Supermärkte sich an die von den Konsumenten akzeptierten geringeren Qualitätsstandards orientieren. Zudem könnten Vertriebswege direkt zum Konsumenten (z.B. Bauernmärkte) helfen, die strengen Anforderungen der Supermärkte zu umgehen und so die nicht angenommenen Lebensmittelmengen zu reduzieren ([Stuart, 2009] In: [Gustavsson et al., 2011]).

Die Erfassung der Verlustmengen ist aufgrund der dürftigen Datenlage und aufgrund der unterschiedlichen Datenquellen und Berechnungsmethoden schwierig. Der heutige Stand des Wissens zeigt jedoch, dass große Mengen an Verlusten anfallen [Leibetseder, 2012]. Tabelle 4-11 stellt die Verluste der Warengruppe Obst und Gemüse entlang der Lebensmittelkette dar. Es zeigt sich, dass bereits 20 m % im Zuge der landwirtschaftlichen Produktion verloren gehen, 5 m % gehen während der Nachernte durch Sortierungen und Lagerung verloren. Somit verbleiben bereits 25 m % der gesamten Produktionsmenge als Verlust (entweder als

Abfall oder als Überschuss) am landwirtschaftlichen Betrieb, wobei angemerkt wird, dass hier keine Unterscheidung zwischen genießbaren und ungenießbaren Lebensmitteln erfolgt.

Tabelle 4-11: Geschätzte Verluste der Warengruppe Obst und Gemüse – Europa inkl. Russland (eigene Darstellung nach [Gustavsson et al., 2011])

Phase in der Lebensmittelkette	Masseprozent [m %]
Landwirtschaftliche Produktion	20
Nachernte (Handling und Lagerung)	5
Verarbeitung und Verpackung	2
Distribution (Supermarkt, Handel)	10
Konsum	19

Abbildung 4-15 zeigt eine Übersicht der von [Leibetseder, 2012] nach der Berechnungsmethode von [Gustavsson et al., 2011] berechneten Verluste von Obst und Gemüse in Österreich. **Es zeigt sich, dass in Österreich über 400.000 t frisches Obst und Gemüse als Verluste anfallen, wobei die höchste Verlustrate - rund 175.000 t - bereits am Produktionsstandort anfällt.** Zu beachten ist, dass diese Menge aufgrund verschiedener Gründe anfällt, ein Grund sind dabei Übermengen.

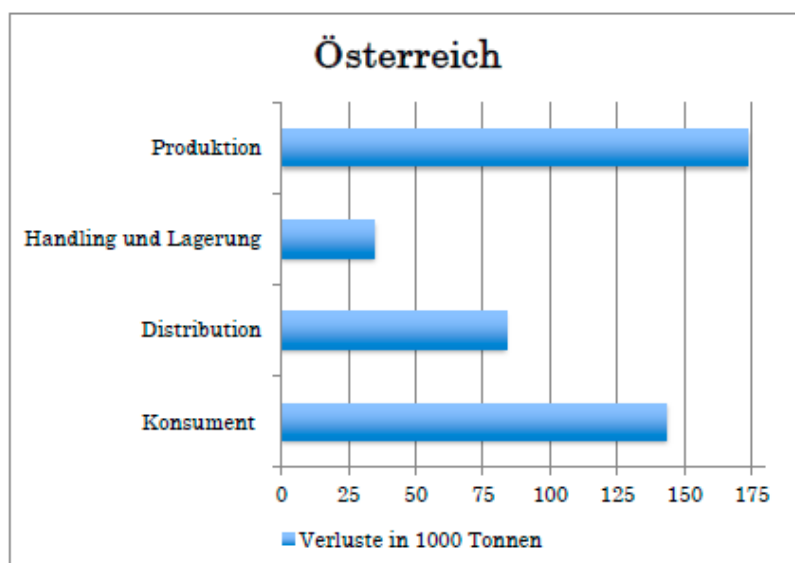


Abbildung 4-15: Verlustmengen von Obst und Gemüse entlang der Lebensmittelkette - Österreich [Leibetseder, 2012], S. 42

Tabelle 4-12 zeigt die relativen Verlustmengen für Österreich. Die höchste Verlustrate ist im Bereich der landwirtschaftlichen Produktion zu verzeichnen (relative Verlustmenge von 25 %), gefolgt vom Konsument mit 19 %.

Tabelle 4-12: Relative Verlustmengen der Warengruppe Obst und Gemüse – Österreich [Leibetseder, 2012], S. 43

Phase in der Lebensmittelkette	Relative Verlustmenge [%]
Landwirtschaftliche Produktion	25
Handling und Lagerung	5
Distribution	10
Konsument	19

4.1.5.2 Großküchen

Aus dem von der EU im ETZ-geförderten Projekt UMBESA (Nachhaltiger Speiseplan) geht hervor, dass die am Projekt teilnehmenden sechs österreichischen Großküchen Obst und Gemüse im Durchschnitt zu 33 % nach der Saison einkaufen. 48 % des bezogenen Obsts und Gemüses entspricht nicht der Saison, und können demnach nicht aus der Region bezogen werden. Südfrüchte, also jenes Obst, welches nicht in unseren Breitengraden aufgrund der klimatischen Verhältnisse gedeihen kann, werden zu durchschnittlich 19 % in Großküchen eingesetzt (z.B. Bananen, Orangen, etc.).

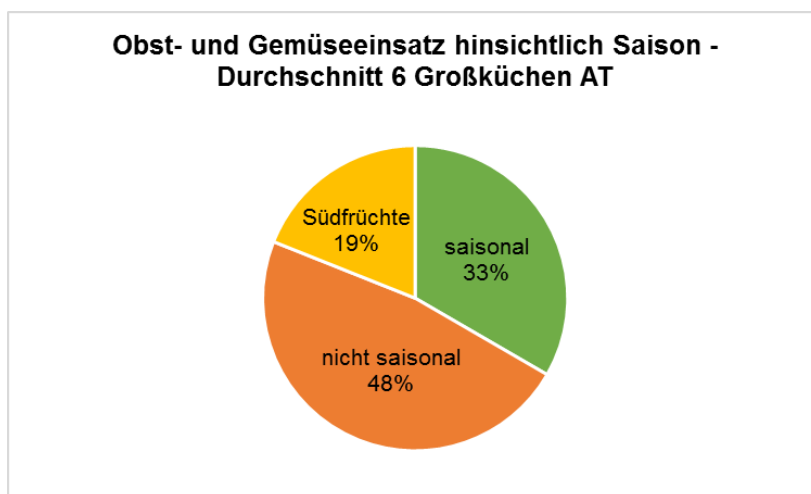


Abbildung 4-16: Jährlicher Obst- und Gemüseeinsatz hinsichtlich Saisonalität und Südfrüchte - Durchschnitt (eigene Darstellung nach [Daxbeck et al., 2013])

Aus *Abbildung 4-16* geht deutlich hervor, dass Großküchen ein sehr hohes Potenzial zum Bezug von Lebensmitteln aus der Region aufweisen, wenn die Speiseplangestaltung saisonal ausgerichtet ist. Ist dies der Fall, **kann eine Durchschnitts-Großküche den Anteil an Obst und Gemüse aus Oberösterreich um 48 % erhöhen. Der Ersatz von Südfrüchten durch inländisches Obst kann den Regional-Anteil um weitere 19 % erhöhen.**

Saisonal heißt jedoch nicht automatisch regional! Gemüse, das in der Saison bezogen wird, wird nicht automatisch in der Region produziert. Analysen im Projekt UMBESA hinsichtlich

der Herkunft von Obst und Gemüse zeigen, dass besonders in diesen beiden Warengruppen Nachholbedarf bezüglich regionaler Herkunft herrscht. Während der Regional-Anteil der analysierten mengenmäßig wichtigsten Lebensmitteln in den Warengruppen Milch und Milchprodukte bei durchschnittlich 81 % und bei Fleisch- und Wurstwaren bei 80 % liegt, sind es gerade mal in der Warengruppe Obst durchschnittlich 27 % (siehe *Abbildung 4-17*) und in der Warengruppe Gemüse 18 % (siehe *Abbildung 4-18*).

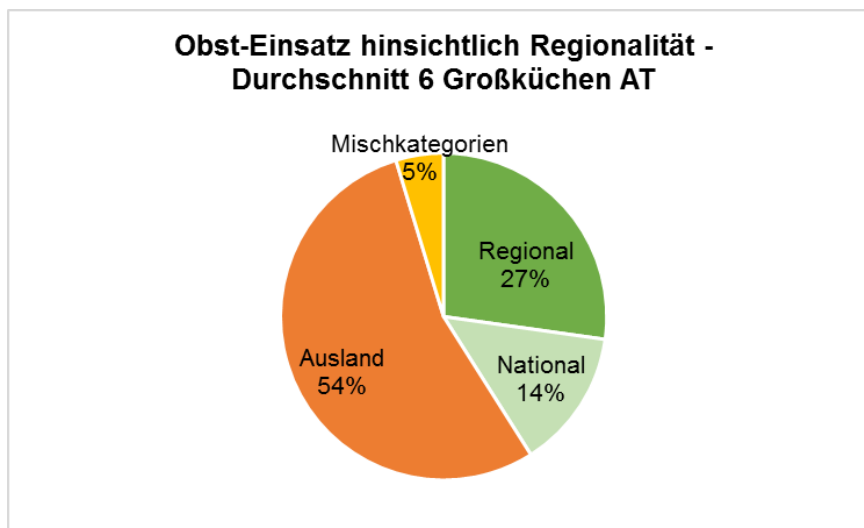


Abbildung 4-17: Jährlicher Obsteinsatz hinsichtlich Regionalität - Durchschnitt (eigene Darstellung nach [Daxbeck et al., 2013])

Besonders auffallend in der Warengruppe Obst ist der im Vergleich zu den anderen Kategorien sehr große ausländische Anteil (54 % am gesamten analysierten Obst). Begründet wird dieser hohe Anteil mit dem in Großküchen häufig angebotenen Obstbuffet, hier werden sehr oft Bananen oder andere Südfrüchte angeboten. **Ein großes Potenzial, nämlich eine Erhöhung des Regional-Anteils bis zu 54 % in der Warengruppe Obst, besteht im Ersatz von ausländischem durch inländischem Obst.**

In der Warengruppe Gemüse entfallen lediglich 18 % des gesamten analysierten Gemüses in die Kategorie Regional. Im Vergleich dazu ist der Anteil an ausländischem Gemüse mit 28 % deutlich höher. Besonders hoch ist der Anteil an der "Mischkategorie" (42 %). Diese Kategorie beinhaltet die Unterkategorien "Regional/National", "Regional/Ausland" und "National/Ausland". Das bedeutet für die Kategorie "National/Ausland", dass das jeweilige Lebensmittel laut Angaben der befragten Händler entweder aus Österreich oder aus dem Ausland stammen kann. Der größte Anteil an der "Mischkategorie" entfällt auf die Unterkategorie "National/Ausland" mit einem Anteil von 23 %. Auf die Unterkategorie "Regional/Ausland" entfallen 15 % und auf die Kategorie "Regional/National" entfallen 4 %. **Ein großes Potenzial zur Erhöhung des Regional-Anteils von Gemüse besteht also darin, wenn**

- **direkt vom Produzenten eingekauft wird, da die regionale Herkunft des jeweiligen Gemüses sichergestellt ist, und/oder**
- **die Küchenleitung den Nachweis der Herkunft des Gemüses aktiv anfordert und sich für regionales Gemüse entscheidet (Erhöhung um 42 %).**
- **ausländisches Gemüse durch inländisches ersetzt wird (28 %).**

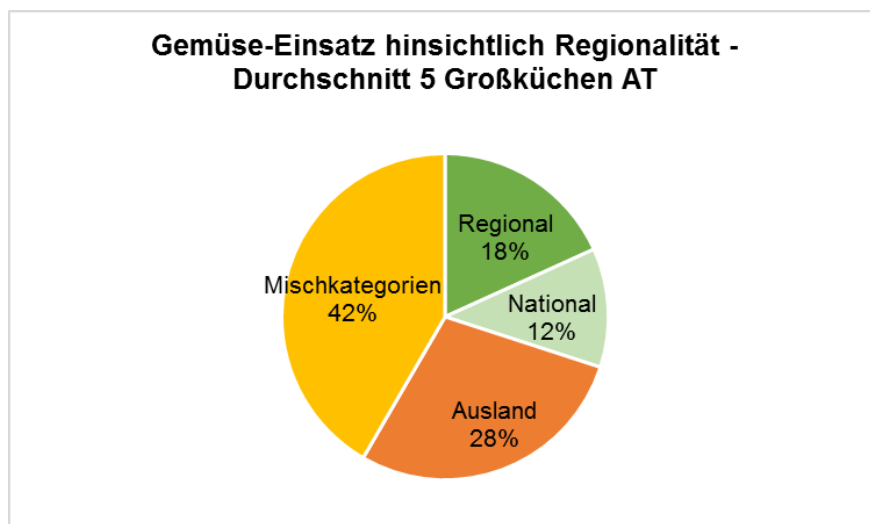


Abbildung 4-18: Jährlicher Gemüseinsatz hinsichtlich Regionalität - Durchschnitt (eigene Darstellung nach [Daxbeck et al., 2013])

Bei diesen Ergebnissen ist zu beachten, dass der Begriff "regional" sich im Projekt UMBESA nicht nur auf das Bundesland Oberösterreich bezieht (so im Projekt Kurzschluss definiert). Im Projekt UMBESA werden auch jene Bundesländer als regional ausgewiesen, die sich innerhalb eines Radius von 150 km zu Oberösterreich befinden. Damit gelten auch im Projekt UMBESA die Bundesländer Niederösterreich, Wien, Salzburg und Steiermark als regional, wenn das jeweilige Lebensmittel in einem dieser Bundesländer produziert wurde. Die aus den Ergebnissen des Projekts UMBESA abgeleiteten Potenzialabschätzungen sind daher unterschätzt.

Im Zuge der praktisch umgesetzten Vernetzungsmaßnahmen und der anschließenden Bewertung der Zusammenarbeit durch die Pilotbetriebe, meint die Pilot-Küche 1, dass das Potenzial hinsichtlich eines regionalen Gemüseinsatzes bei 100 % liegt, Pilot-Küche 2 gibt an, dass das Potenzial bei 20 % im Falle einer BIO-Qualität und zwischen 50 % und 60 % bei konventioneller Qualität handelt. Der Grund für diese Einschätzung liegt darin, dass bei BIO-Produkten die entsprechenden Mengen aktuell für den Küchenleiter nicht verfügbar sind.

4.2 Phase 2

Dieses Kapitel umfasst die Ergebnisse der Phase 2 des Projekts - der praktischen Umsetzung von ausgewählten Vernetzungsmaßnahmen durch Großküchen und landwirtschaftlichen Produzenten. Die Phase 2 beinhaltet die Auswahl von konkreten Vernetzungsmaßnahmen sowie die Bewertung der Zusammenarbeit zwischen Produzent und Großküche sowie die Bewertung der jeweils umgesetzten Maßnahmen.

4.2.1 Praktische Umsetzung ausgewählter Maßnahmen

Im Zeitraum von Juli bis August 2015 werden in insgesamt 4 Pilotbetrieben konkrete Vernetzungsmaßnahmen praktisch umgesetzt. Es werden 2 Vernetzungsmaßnahmen zwischen Produzent 1 und Großküche 1 sowie Produzent 2 und Großküche 2 bzw. Großküche 3 praktisch umgesetzt. Die Zusammenarbeit zwischen P 1 und K 1 ist eine im Zuge des Projekts Kurzschluss neu initiierte Vernetzung. Die Zusammenarbeit zwischen P 2 und K 2 hat bereits vor dem Projekt stattgefunden, die Zusammenarbeit mit K 3 findet erst seit kurzem statt, hier wurde die Vernetzung von K 2 initiiert, indem der Küchenleiter von K 2 den entsprechenden Kontakt übermittelt hat.

4.2.1.1 Vernetzung von P 1 und K 1

Nach einem **persönlichem Gespräch**, das dem gegenseitigen Kennenlernen und das Absprechen der Preise, der Mengen sowie der Lieferbedingungen (Liefertag, Lieferzeit, Gebinde, Ort der Anlieferung) dient, erfolgte die Zusammenarbeit im Sinne einer "normalen" Geschäftsbeziehung. In dieser Erstbesprechung werden die vom Küchenleiter gewünschten Lebensmittel mit dem Produzenten abgesprochen, der Produzent sendet anschließend regelmäßig (wöchentlich) elektronisch eine **Liste mit den gewünschten Lebensmitteln mit den Preisen**. Es folgt die Bestellung der Küche, bei jeder Bestellung wird zusätzlich von der Küche auch nachgefragt, welche Lebensmittel momentan noch beim Produzenten aktuell im Sortiment sind. Geliefert wird kontinuierlich 1 x pro Woche, nach anfänglichen Schwierigkeiten mit dem Liefertag und Lieferzeit hat sich die derzeitige Belieferung auf 1 Liefertag pro Woche eingependelt.

Von Mitte Juli bis Mitte August 2015 erfolgen 4 Lieferungen. *Tabelle 4-13* gibt eine Übersicht der in diesem Zeitraum gehandelten Lebensmitteln.

Tabelle 4-13: Übersicht der im Betrachtungszeitraum erfassten Lebensmittel und -mengen - P1

Lebensmittel	Summe	Einheit
Schlangengurken	208	Stück
Kohlrabi	120	Stück
Tomaten	108	kg
Kopfsalat	96	Stück
Mix Salat 6er	78	Stück
Zucchini	75	kg
Bundzwiebel	60	Bund
Paprika grün	56	Stück
Karotten	55	kg
Kraut Braunschweiger	40	kg

Lebensmittel	Summe	Einheit
Lauch	30	kg
Zwiebel rot	30	kg
Sellerie	30	Stück
Frühkraut	30	kg
Paprika rot, gelb	24	kg
Blaukraut	12	kg
Spitzkraut	10	kg
Kartoffel Heurige	10	kg
Pfefferoni	6	kg
Knoblauch	5	kg
Schnittlauch	2	kg
Petersilie	2	kg
Schnittlauch	1	Bund

Die bezogenen Lebensmittel werden hauptsächlich am Salatbuffet angeboten (ca. 60 % der gesamten bezogenen Menge), aber auch zu den Hauptspeisen als Gemüse-Beilagen (ca. 40 %). Besonders die Qualität und die Frische der gekauften Lebensmittel werden vom Küchenleiter sehr gut bewertet, so ist zum Beispiel der in der Früh gelieferte Salat noch nass (Anmerkung: der Produzent erntet den Salat erst kurz vor dem Ausliefern). Bemängelt werden die bei einer vergangenen Lieferung nicht sauberen Kisten, dieses Problem wird im Zuge des Endgesprächs im Rahmen des Projekts angesprochen und behoben.

Der Produzent hat einen Teil des Überschusses an Tomaten (ca. 15 % Produktionsüberschuss) an diese Küche verkaufen können. Der Überschuss entstand aufgrund optimaler Wetterbedingungen und aufgrund eines kurzen Erntefensters (Produzent: *"Es waren auf einmal alle reif"*). Auch bei den Zucchini gab es einen Produktionsüberschuss (ca. 25 %), ein Teil des Überschusses konnte an die Pilot-Küche verkauft werden. Grund für den Überschuss waren zum einen die guten Wetterbedingungen und infolge dessen eine Übersättigung des Marktes. Wäre ein Mangel eines Produktes vorhanden gewesen, hätte eine Zusammenarbeit mit einem anderen Produzenten aus der Region stattgefunden. Die Minderungen des Pilot-Betriebes hätten somit von einem weiteren Betrieb kompensiert werden können. Da die von der Pilot-Küche bestellten Mengen jedoch am eigenen Betrieb vorhanden waren, fand keine Zusammenarbeit mit einem weiteren Produzenten statt. Neben den Überschüssen wurden auch zu dünne Gurken verkauft, die der Handel aufgrund seiner strengen Qualitätsvorgaben nicht abgenommen hätte.

Die Zusammenarbeit wird von beiden Parteien als sehr gut bewertet. Auch nach Projektabschluss ist geplant, weiter zusammenzuarbeiten. Es folgen kontinuierlich wöchentliche Lieferungen. Der Küchenleiter gibt an, auch in den Wintermonaten - hier ist das Sortiment einge-

schränkt - Gemüse direkt vom Produzenten zu kaufen, welches gerade zu dieser Zeit verfügbar ist.



Abbildung 4-19: Regionaler Produzent beliefert Großküche mit frischem Kopfsalat

4.2.1.2 Vernetzung P 2 und K 2 sowie K 3

Da die Zusammenarbeit bereits vor dem Projekt stattgefunden hat, entfällt das Erstgespräch, welches zum gegenseitigen Kennenlernen und die Vereinbarungen für die Zusammenarbeit dient. Der Küchenleiter K 2 spricht mit dem Produzenten die gewünschten Lebensmittel ab, und der Produzent sendet per Mail anschließend wöchentlich eine **Angebotsliste** mit den gewünschten Lebensmitteln, die derzeit verfügbar sind, mit den jeweiligen Preisen sowie den verfügbaren Mengen. Die Küche bestellt laut dieser Angebotsliste. Zudem erfolgen regelmäßig **persönliche Gespräche** zwischen Produzent und Großküche im Zuge von Betriebsbesuchen vom Küchenleiter direkt am Produktionsort der Lebensmittel.

Eine weitere Kooperationsmöglichkeit entsteht für den Produzenten durch die Kontaktherstellung von K 2 zwischen P 1 und K 3. Die Kontaktaufnahme und Zusammenarbeit erfolgte dieses Jahr.

Von Juli bis August 2015 erfolgen 4 Lieferungen. Tabelle 4 8 gibt eine Übersicht der in diesem Zeitraum an die beiden Küchen K 2 und K 3 gelieferten Lebensmittel.

Tabelle 4-14: Übersicht der im Betrachtungszeitraum erfassten Lebensmittel und -mengen - P2

Lebensmittel	Menge	Einheit
Mix Salat	273	Stück
Zucchini	211	kg
Freilandgurken	140	kg

Lebensmittel	Menge	Einheit
Feldgurken	115	kg
Kopfsalat	96	Stück
Kohlrabi	80	Stück
Weißkraut	80	kg
Tomaten	75	kg
Frühkraut	30	kg
Glashausgurken	20	kg
Braunschweiger Kraut	20	kg
Paprika	15	Stück
Schlangengurken	10	kg
Kartoffeln	10	kg
Fenchel	5	kg
Stangenbohnen	5	kg
Schnittlauch	2	Bund
Cocktailtomaten	1	kg

Der Küchenleiter lobt besonders die BIO-Qualität in Verbindung mit der regionalen Herkunft. Als Motiv für den Bezug von Lebensmitteln direkt von einem Produzenten nennt der Küchenleiter das Wissen, wie und wo das Lebensmittel produziert wurde. Zudem ist lediglich ein einziger Ansprechpartner vorhanden, falls Probleme auftauchen - bei größeren Händlern ist dies nicht der Fall. Die Gewissheit, 100 % regionales und saisonales Gemüse zu beziehen, ist laut des Küchenleiters ein weiterer Vorteil der Zusammenarbeit direkt mit dem Produzenten.

Der Produzent nennt eine unproblematische Zusammenarbeit mit den Küchen im Vergleich zu Großhändlern als Vorteil der Vernetzung. Der Produzent hat einen kleinen Teil des Überschusses an Zucchini und Gurken an die beiden Küchen verkaufen können. Der Überschuss an Zucchini entstand dadurch, dass Händler für mehrere Wochen die Ware nicht abgenommen haben. Bei der letzten Krautsaison wurden Produktionsüberschüsse erzielt. Nach einer Absprache mit dem Küchenleiter der Pilot-Küche 2 wurde direkt am **landwirtschaftlichen Betrieb das überschüssige Kraut zu Sauerkraut verarbeitet**, welches von der Pilot-Küche 2 abgenommen wird.

Die Zusammenarbeit wird von beiden Parteien als gut bewertet. Auch nach Projektabschluss ist geplant, weiter zusammenzuarbeiten, auch in den Wintermonaten.

4.2.2 Bewertung der Zusammenarbeit zwischen Pilot-Produzent und Pilot-Großküche

Abbildung 4-20 zeigt eine Übersicht der Bewertung der Zusammenarbeit von den beiden Pilot-Großküchen mit den jeweiligen Pilot-Produzenten. Die Bewertung der einzelnen Aspekte erfolgt durch das Schulnotensystem, d.h. 1 bedeutet Sehr Gut bzw. trifft sehr zu bzw. sehr zufriedenstellend und 5 bedeutet Nicht Genügend bzw. trifft überhaupt nicht zu bzw. nicht zufriedenstellend.

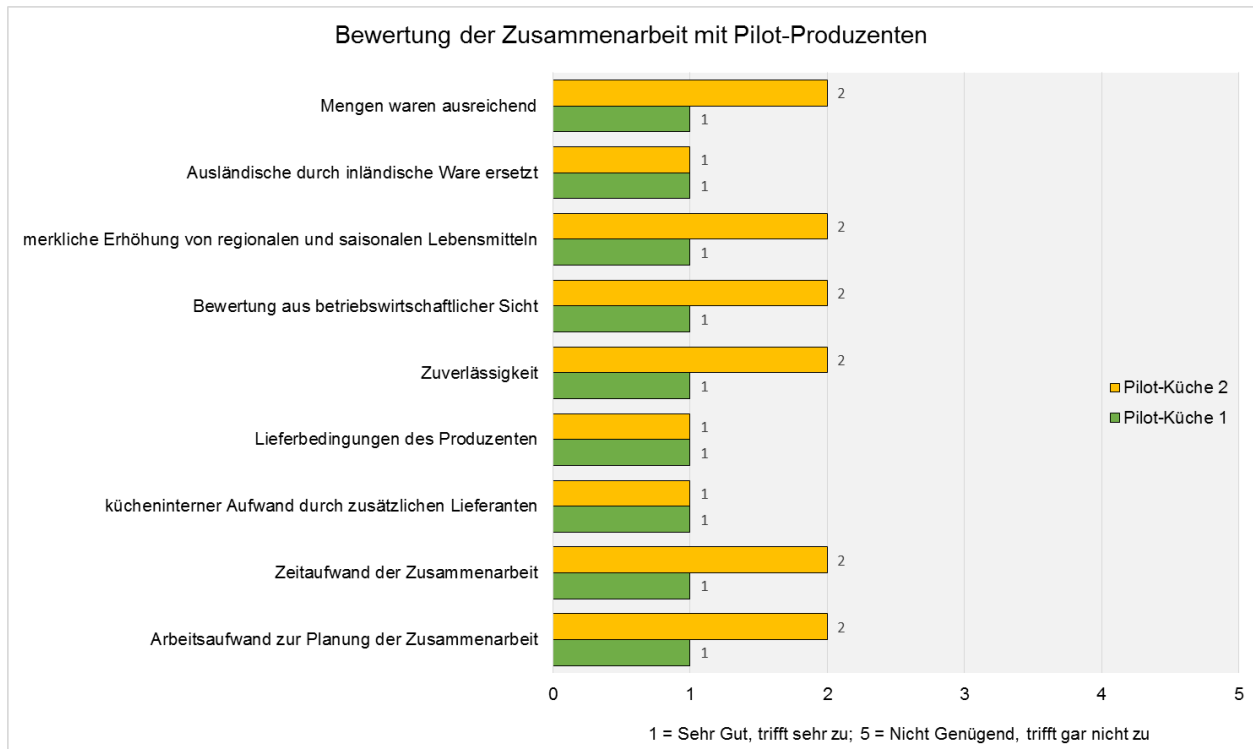


Abbildung 4-20: Bewertung der Zusammenarbeit von den beiden Pilot-Großküchen mit den jeweiligen Pilot-Produzenten

Es zeigt sich, dass die vom Produzenten gewünschten Lieferbedingungen und der kücheninterne Aufwand durch einen zusätzlichen Lieferanten (z.B. zusätzliche Bestellungen, Annahme und Kontrolle einer zusätzlichen Lieferung) von beiden Pilot-Küchen mit der Note 1 als sehr zufriedenstellend bewertet werden. Beide Pilot-Küchen geben an, durch die Vernetzung inländische durch ausländische Ware ersetzt zu haben. Hinsichtlich der von den Küchen gewünschten Mengen gibt eine Pilot-Küche an, die entsprechenden Mengen vom jeweiligen Produzenten erhalten zu haben (Note 1), die zweite Pilot-Küche bewertet diesen Aspekt mit der Note 2. Aus betriebswirtschaftlicher Sicht wird die Zusammenarbeit mit der Note 1 (Pilot-Küche 1) und mit der Note 2 (Pilot-Küche) bewertet. Die Pilot-Küche 1 bewertet die Zuverlässigkeit des Kooperationspartners mit der Note 1, die Pilot-Küche 2 mit der Note 2. Den Zeitaufwand zur Zusammenarbeit mit dem Produzenten sowie den Arbeitsaufwand zur Planung und Organisation der Zusammenarbeit bewertet die Pilot-Küche 1 mit der Note 1, die Pilot-Küche 2 bewertet diese beiden Aspekte mit der Note 2.

Beide Küchen beziehen frische, unverarbeitete Lebensmittel vom jeweiligen Produzenten. Beide Küchen geben dabei an, keine stärker verarbeiteten Lebensmittel (z.B. geschält, geschnitten etc.) zu benötigen. Die Pilot-Küche 2 gibt an, landwirtschaftliche Produzenten als neue Lieferanten in Zukunft von Großküchen zu sehen, da sie 100 % saisonale und regionale Produkte liefern. Die Pilot-Küche 1 enthält sich der Stimme und meint, dass es nicht sinnvoll wäre, die Anzahl an Produzenten, die direkt an die Küche liefern, zu erhöhen. Grundsätzlich hat er jetzt mit dem im Zuge des Projekts vermittelten Produzenten einen Gemüselieferanten, der gegenwärtig ein umfangreiches Sortiment und die entsprechenden Mengen anbieten kann.

Abbildung 4-21 zeigt eine Übersicht der Bewertung der Zusammenarbeit von den beiden Pilot-Produzenten mit den jeweiligen Pilot-Großküchen. Die Bewertung der einzelnen Aspekte erfolgt durch das Schulnotensystem, d.h. 1 bedeutet Sehr Gut bzw. trifft sehr zu bzw. sehr zufriedenstellend und 5 bedeutet Nicht Genügend bzw. trifft überhaupt nicht zu bzw. nicht zufriedenstellend.

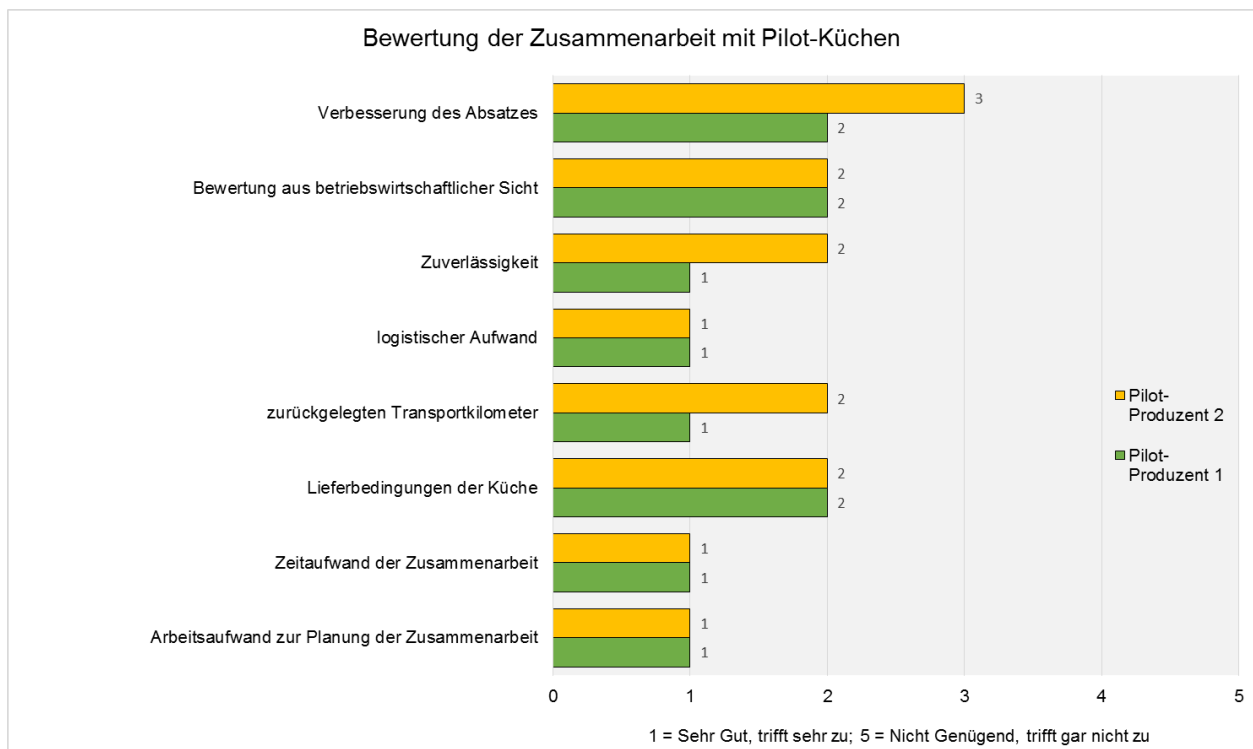


Abbildung 4-21: Bewertung der Zusammenarbeit von den beiden Pilot-Produzenten mit den jeweiligen Pilot-Großküchen

Beide Pilot-Produzenten bewerten den Zeitaufwand der Zusammenarbeit, den Arbeitsaufwand zur Planung und Organisation der Zusammenarbeit mit der Küche, sowie der logistische Aufwand zur Belieferung der zusätzlichen Küche mit der Note 1. Die zur Belieferung der Küche zurückgelegten Transportkilometer und die Zuverlässigkeit des Kooperationspartners bewertet Pilot-Produzent 1 mit der Note 1, Pilot-Produzent 2 mit der Note 2. Als "Gut" werden die Zusammenarbeit aus betriebswirtschaftlicher Sicht, und die von der Küche gewünschten Lieferbedingungen, bewertet. Die Verbesserung des Absatzes im Zuge der im

Projekt umgesetzten Vernetzung wird vom Pilot-Produzent 1 mit der Note 2 bewertet, vom Pilot-Produzent 2 mit der Note 3. Beide Pilot-Produzenten sehen Großküchen als neue Absatzchance in Zukunft. Pilot-Produzent 2 nennt als Gründe dafür die Kontinuität sowie die großen Abnahmemengen. Beide Pilot-Produzenten geben zudem an, Produktionsüberschüsse im Zuge der Zusammenarbeit mit Großküchen reduzieren zu können. Hinsichtlich der Großküchen-Belieferung, gibt Pilot-Produzent 1 an, dass derzeit etwa 3 % der gesamten Produktionsmenge Großküchen zur Verfügung gestellt werden können. Pilot-Produzent 2 gibt an, dass derzeit etwa 1 % bis 2 % der gesamten Produktionsmenge für Großküchen bestimmt ist, das Potenzial liegt bei 40 % bis 60 %.

4.2.3 Bewertung der in die Praxis umgesetzten Vernetzungsmaßnahmen

Tabelle 4-15 gibt eine Übersicht der von den Pilot-Betrieben bewerteten umgesetzten Vernetzungsmaßnahmen.

Tabelle 4-15: Übersicht der Bewertungen der jeweiligen Vernetzungsmaßnahmen

Maßnahme	Vorteile	Nachteile	aufgetretene Probleme	Potenzial hinsichtlich einer Weiterführung
Angebots- und Sortimentsliste (n = 3) elektronisch an die Küchen senden (zum Teil auch mit Preisen und verfügbaren Mengen)	Produzent: • rechtzeitige Bestellung (2-3 Tage vor Anlieferung) im Vergleich zu Händlern (unter 12 Stunden) • schriftliches Festhalten der Bedingungen und Preise • Absicherung Großküche: • Garantie: 100 % saisonal und regional • Kein langwieriges Erfragen welche Lebensmittel gerade verfügbar sind	Produzent: • eigene Auslieferung erforderlich • eigene Kontaktaufnahme bzw. erforderliche Kontaktdaten Großküche: • keine	Produzent: • Keine Großküche: • Ja, die Liste musste anfangs 2 Mal neu erstellt werden	Produzent: • Ja, weil sich das Ausliefern rentiert Großküche: • Ja, weil die Maßnahme einfach umzusetzen ist
Persönliche Gespräche (n = 2)	Produzent: • Persönliches Kennenlernen ist wichtig • Klare Aussprache der Bedingungen (Preise, Lieferungen, Ablauf) Großküche:	Produzent: • Zeitlicher Aufwand für das Gespräch Großküche: • keine	Produzent: • keine Großküche: • keine	Produzent: • Ja, das persönliche Gespräch ist Grundlage für eine Zusammenarbeit

Maßnahme	Vorteile	Nachteile	aufgetretene Probleme	Potenzial hinsichtlich einer Weiterführung
	Genaue Absprachen können getroffen werden (Liefermenge etc.)			
Regelmäßige Besuche des landwirtschaftlichen Betriebes (n = 1)	Großküche: Transparenz: wissen, wie es produziert wird; ich sehe wie es wächst	Großküche: keine	Großküche: keine	Großküche: - Ja, wenn beide Seiten wollen - Ja, weil es ein Lebensmittel bleibt und weil ich weiß wo das Lebensmittel herkommt
Abnahme von Lebensmitteln der B-Qualität, z.B. Tomaten, schnell verderbendes Lebensmittel (n = 1) Anm.: In der Küche wurde aus den Tomaten eine Tomatensoße gekocht und so haltbar gemacht	Großküche: - Preislicher Vorteil - Vollreifes Obst und Gemüse wird geliefert → guter Geschmack!	Großküche: Ware muss sofort verarbeitet werden, kann nicht gelagert werden	Großküche: keine	Großküche: Ja, weil ich einen preislichen Vorteil daraus ziehe
Krautüberschüsse zu Sauerkraut am landwirtschaftlichen Betrieb in Abstimmung mit Küche verarbeitet (n = 2)	Großküche: - Das Sauerkraut kann in biologischer Qualität gekauft werden. - Sauerkraut wird in Zukunft nur noch bei diesem Produzenten gekauft. Produzent: - Kraut muss nicht weg- geworfen werden	Großküche: - keine Produzent: - es muss schmecken; eventuell die Rezeptur mit der Großküche absprechen oder nach deren Rezeptur kochen	Großküche: keine	Großküche: Ja.

Ergebnisse

Maßnahme	Vorteile	Nachteile	aufgetretene Probleme	Potenzial hinsichtlich einer Weiterführung
Kontakt Daten des Produzenten durch eine Koordinierungsstelle erhalten (n = 1)	Großküche: • Erhalt von mehreren Adresse ohne eigene Recherche • Eigene Wünsche hinsichtlich Lieferant (z.B. Großküchen-Tauglichkeit) können geäußert werden	Großküche: • keine	Großküche: • Viele Produzenten reagieren nicht auf Anfragen, Küche wird als "Feindbild" gesehen aufgrund ihres Kostendrucks	Großküche: • Nein, es sollten über die Bezirksebene die Produzenten direkt angesprochen werden

4.2.4 Vorschläge für eine potenzielle Weiterentwicklung der Vernetzungsaktivitäten

In diesem Kapitel sind die von den Pilotbetrieben vorgeschlagenen möglichen zukünftigen Entwicklungen für die Umsetzung von Vernetzungsaktivitäten dargestellt.

Maßnahme: Aussenden von Angebotslisten:

- Gemeinschaft von Bauern etablieren (Pilot-Produzent 2): In der Gemeinschaft kann eine größere Vielfalt den Großküchen angeboten werden. Zudem soll die Lieferung gemeinsam erfolgen, das heißt, dass die Großküche mit einer einzigen Lieferung die Waren von mehreren Produzenten erhält. Für den Produzenten bedeutet eine gemeinsame Auslieferung eine erhöhte Sicherheit für den eigenen Betrieb sowie eine rentable Zusammenarbeit.
- 1 Bestellung - 1 Lieferung - 1 Rechnung (Pilot-Großküche 1): Hinsichtlich einer erhöhten Anzahl an Betrieben kann die Vernetzung nur dann funktionieren, wenn mit 1 Bestellung von der Großküche, 1 Anlieferung (mit den Produkten von mehreren Produzenten) erfolgt und 1 Rechnung der Großküche ausgestellt wird. Die Autoren merken an, dass die Ausstellung 1 einzigen Rechnung mit Schwierigkeiten verbunden sein könnte.

Maßnahme: Persönliche Gespräche führen:

- Online-Plattform (Pilot-Großküche 1): Mit einer online-Plattform hätte die Küche auf einen Blick die Angebote der Produzenten und kann nach dieser Angebotsliste bestellen. Es kann nur das bestellt werden, was derzeit verfügbar ist, somit erhalten die Küchen 100 % regionale und saisonale Lebensmittel.
- Saisonkalender diverser Bauern (Pilot-Großküche 2): Ein Saisonkalender, der die jeweiligen Lebensmittel der Saison enthält, hinterlegt mit den entsprechenden Kontaktdaten der Produzenten, könnte jene Großküchen unterstützen, die auf der Suche nach regionalen Produzenten und Lebensmitteln sind.

Maßnahme: Informations- und Kontaktdaten-Austausch Produzent und Großküche

- Regelmäßige Produzenten-Kunden-Stammtische (Pilot-Großküche 2): Die Abhaltung von regelmäßig stattfindenden Stammtischen mit interessierten Produzenten und Großküchenleitern ermöglicht zum einen den Informationsaustausch, Absprachen zwischen beiden Parteien können getroffen werden, die Wünsche der Küchen (z.B. konkrete Lebensmittel) können erfasst und bei einer zukünftigen Produktion berücksichtigt werden, Neuheiten seitens der Produzenten (z.B. neu angebaute Produkte) können vorgestellt werden und eventuelle Probleme können gemeinsam diskutiert werden. Zudem könnten externe Referenten, wie zum Beispiel Experten zum Thema Vielfaltssorten, eingeladen werden. Die Pilot-Großküche 2 schlägt vor, alle paar Monate auch Medien zu diesen Stammtischen einzuladen.

5 Zusammenfassung der Ergebnisse

Zusammenfassung der Ergebnisse der Phase 1 des Projekts:

- **6 von 10 befragten Produzenten beliefern derzeit Großküchen, 3 weitere Produzenten sind an einer Belieferung von Großküchen interessiert.**

Das Interesse seitens der landwirtschaftlichen Produzenten ist somit sehr groß. Die am häufigsten genannten Absatzwege von Produzenten sind: (Groß)Handel mit 7 Nennungen, Ab-Hof-Verkauf mit 7 Nennungen sowie Großküchen mit 6 Nennungen. Gastronomiebetriebe spielen mit 2 Nennungen eine eher untergeordnete Rolle.

- **12 von 16 befragten Großküchen-Vertreter beziehen derzeit Obst und Gemüse direkt von einem oberösterreichischem Produzenten**

9 Befragte haben ein Interesse an einer weiteren Vernetzung mit Produzenten. Folgendes Obst und Gemüse wird am häufigsten direkt von einem oö. Produzenten bezogen: Kartoffeln und Äpfel (je 10 Nennungen), Spargel und Blattsalat (je 9 Nennungen), Kürbis und Erdbeeren (je 7 Nennungen) sowie Blaukraut, Gurken, Karotten, Kohlrabi, Tomaten, Weißkraut und Zwiebeln (je 6 Nennungen).

- **Die Überschussproblematik betrifft besonders jene Lebensmittel, die täglich geerntet werden müssen, die ein kleines Erntefenster aufweisen, eine geringe Lagerfähigkeit haben und schnellwüchsig sind.**

8 von 10 befragten Produzenten sagen, dass sie Lebensmittel schon einmal nicht verkaufen/nicht ernten konnten und mit Produktionsüberschüssen konfrontiert waren. Besonders problematische Lebensmittel sind: Salatgewächse und Zucchini (je 4 Nennungen), Gurken (3 Nennungen), Tomaten, Erdbeeren, Kraut, Kartoffeln (je 2 Nennungen)

- **Witterungsverhältnisse (7 Nennungen), hohe Erntekosten (5 Nennungen) und Qualitätsmängel (4 Nennungen) sind die am häufigsten genannten Gründe, warum Lebensmittel nicht verkauft werden können.**

Besonders bei handarbeitsintensiven Lebensmitteln können die hohen Lohnkosten am Standort Österreich dazu führen, dass die Erntekosten höher sind als die Einnahmen für den Produzent. Verstärkt wird die Problematik, wenn Lebensmittel auch an Sonn- und Feiertagen geerntet werden müssen (doppelte Lohnauszahlung). Bei Qualitätsmängeln (z.B. nicht handelsgerechte Größenklassen) nimmt der Handel die Lebensmittel nicht ab. Damit entstehen große Mengen an Überschüssen, die an Abnehmer gebracht werden müssen.

- **Seitens der Produzenten wird als Vernetzungsmaßnahme "Produktion auf Großküchen ausrichten" (6 Nennungen) und "Aufbau einer Internet-Plattform" (4 Nennungen) am häufigsten genannt.**

Die Ausrichtung der Produktion auf Großküchen umfasst: Art der Lebensmittel, Mengen und Verarbeitungsgrad. Die Internet-Plattform soll Angebote der Produzenten beinhalten,

die die Großküchen einsehen können. Die Plattform bietet auch eine ideale Gelegenheit, Überschüsse anzubieten.

- **Seitens der Großküchen wird als Vernetzungsmaßnahme "saisonale Speiseplangestaltung", "flexibler Speiseplan" sowie "frisch kochen" (je 5 Nennungen) am häufigsten genannt.**

Voraussetzung für den Einsatz regionaler Lebensmittel ist eine saisonale Ausrichtung des Speiseplans, es können nur dann Lebensmittel eingesetzt werden, wenn diese auch verfügbar sind. Ein flexibler Speiseplan begünstigt auch die Einplanung von plötzlichen Produktionsüberschüssen. Die Herkunft der Zutaten von Fertiggerichten ist meist unbekannt - frisch kochen fördert den bewussten Einsatz von regionalen Lebensmitteln.

Zusammenfassung der Ergebnisse der Phase 2 des Projekts:

- **In insgesamt 4 Pilotbetrieben werden Vernetzungsaktivitäten praktisch umgesetzt. Die Vernetzung und die Zusammenarbeit werden von allen 4 Pilotbetrieben als sehr gut bewertet.**

Die jeweiligen Küchenleiter schätzen vor allem die Frische und Qualität der Lebensmittel sowie das Wissen, wie und wo das Lebensmittel produziert wurde. Zudem ist bei solchen Kooperationen bei etwaigen Problemen oder Anfragen lediglich 1 Ansprechpartner vorhanden, bei Großhändlern ist dies nicht der Fall, hier sind Anfragen weitaus schwieriger. Die jeweiligen Produzenten schätzen die im Vergleich zum Großhandel besseren Preise, die kontinuierlichen und großen Abnahmemengen sowie die vergleichsweise unproblematische Zusammenarbeit mit der Großküche.

- **Alle 4 Pilotbetriebe bewerten die Vernetzung aus betriebswirtschaftlicher Sicht sehr positiv (vergebene Schulnoten liegen bei 1 und 2).**

Produzenten und Großküchen ziehen einen betriebswirtschaftlichen Vorteil aus der Zusammenarbeit. Beide Parteien erzielen gute Preise für die jeweiligen Lebensmittel, die Belieferung von Großküchen erfolgt kontinuierlich über das Jahr, dies führt zu einem sicheren Absatz bei den Produzenten.

- **Beide Pilot-Produzenten konnten Produktionsüberschüsse im Zuge der Vernetzung mit der jeweiligen Großküche teilweise reduzieren.**

Besonders bei Tomaten und Zucchini wurden im Zeitraum von Juli bis August 2015 Produktionsüberschüsse verzeichnet. Gründe für die Übermengen waren zum einen die optimalen Wetterbedingungen sowie bei den Tomaten das geringe Erntefenster bzw. eine rasche Reifung. Die mengenmäßige Reduktion der Produktionsüberschüsse ist aufgrund der geringen Anzahl der an der Vernetzung teilnehmenden Großküchen gering. Das Potenzial zur Reduzierung von Übermengen bei einer erhöhten Anzahl an Großküchen wird jedoch als groß eingeschätzt.

- **Beide Pilot-Großküchen geben an, ausländisches durch inländisches Gemüse ersetzt zu haben (bewertet mit der Schulnote 1). Zudem hat sich der Einsatz von regionalen und saisonalen Lebensmitteln merklich erhöht (bewertet mit den Schulnoten 1 und 2).**

Sehr positiv wird von den beiden Pilot-Großküchen der vermehrte Einsatz von regionalem Gemüse aufgefasst. Aufgrund des aktuell verfügbaren Sortiments konnten die Großküchen auf eine breite Gemüsepalette zurückgreifen, und so ihren Anteil an regionalem und saisonalem Gemüse spürbar erhöhen.

- **Die direkte Vernetzung mit Produzenten gewährleistet den Küchenleitern 100 % saisonale und regionale Lebensmittel zu kaufen.**

Die Erfassung der Herkunft der bezogenen Lebensmittel ist für die Küchenleiter häufig mit Schwierigkeiten verbunden, da Angaben über die Herkunft der Lebensmittel von Lieferanten und Großhändlern nicht oder unzureichend bekannt gegeben werden. Die direkte Vernetzung fördert die Transparenz des Produktionsortes und der -bedingungen.

- **Die im Zuge des Projekts praktisch umgesetzten Maßnahmen weisen laut den Pilotbetrieben ein Potenzial hinsichtlich einer Weiterführung und Erweiterung mit einer erhöhten Anzahl an Betrieben auf.**

Das *Aussenden von Angebots- bzw. Sortimentslisten* wird positiv bewertet, da sich das Ausliefern für den Produzenten rentiert und weil die Maßnahme einfach umzusetzen ist. Das Führen von *persönlichen Gesprächen* zwischen Produzent und Großküche hat Potenzial für die Zukunft, da das persönliche Gespräch die Grundlage für eine Zusammenarbeit ist. *Regelmäßige Besuche* direkt am landwirtschaftlichen Betrieb führen dazu, dass der Küchenleiter weiß, wo das Lebensmittel herkommt und wie es produziert wird. Die *Abnahme von Lebensmitteln in B-Qualität* wird positiv bewertet, da es einen preislichen Vorteil für die Küche bedeutet. Die *bäuerliche Verarbeitung von Produktionsüberschüssen* - wie bei Pilot-Produzent 2 der Fall - ist für die Großküche ein Vorteil, da bereits vorgefertigte Ware gekauft werden kann.

- **Folgende Vorschläge von den Pilotbetrieben für eine Weiterentwicklung der zuvor genannten Maßnahmen sind:**

Eine *Gemeinschaft von Produzenten*, die gemeinsam ein umfangreiches Sortiment anbieten können und auch die Auslieferung gemeinsam erfolgt. Dies führt zu einer höheren Sicherheit und zu einer rentablen Zusammenarbeit für die Produzenten. Hinsichtlich einer erhöhten Anzahl an Produktionsbetrieben ist es auch Sicht der Großküche vorteilhaft mit *1 Bestellung, 1 Anlieferung, 1 Rechnung* zu erhalten. In einer *online-Plattform* könnten Produzenten ihre Angebote auflisten und die Küchen können auf einem Blick erkennen, welche Lebensmittel gegenwärtig regional verfügbar sind und nach diesen Angeboten bestellen. Ein *Saisonkalender*, der die jeweiligen Lebensmittel der Saison sowie Kontaktdaten der jeweiligen Produzenten enthält, würde die Großküchen dabei unterstützen, Kontaktdaten zu lukrieren. Regelmäßige *Produzenten-Kunden-Stammtische* würden den Informationsaustausch (Neuheiten, Diskussion von Problemen, Wünsche hinsichtlich Sortiment) und Vernetzungsaktivitäten fördern.

- **Die Erfassung der jährlichen Produktionsüberschüsse seitens landwirtschaftlicher Produzenten ist aufgrund der dürftigen Datenlage nicht möglich. Eine Studie zeigt**

jedoch, dass ein großer Anteil der weggeworfenen Mengen an frischem Obst und Gemüse - das sind 25 % bzw. rund 175.000 Tonnen in Österreich - auf den landwirtschaftlichen Betrieb entfällt.

Gründe für das Wegwerfen am landwirtschaftlichen Betrieb sind: strenge Qualitätsstandards seitens des Handels (hinsichtlich Gewicht, Größe, Form und äußeres Erscheinungsbild) sowie Überschüsse aufgrund Überproduktion zur Gewährleistung der Lieferung der vereinbarten Mengen. Befragte der in Phase 1 des Projekts Kurzschluss geben an, dass etwa bei Gemüse eine große Ertragsbreite vorhanden ist, diese liegt bei +/- 30 %. Herrschen optimale Witterungsbedingungen, dann fällt der Ertrag somit viel höher aus als geplant.

- **Die Pilot-Großküchen schätzen, dass das Potenzial hinsichtlich eines regionalen Obst- und Gemüseeinsatzes direkt von Produzenten zwischen 20 % bei einer BIO-Qualität und zwischen 50 %/60 % und 100 % bei konventioneller Qualität liegt.**

Das geringe Potenzial bei der BIO-Qualität ergibt sich laut den befragten Küchenleiter dadurch, dass die erforderlichen Mengen nicht zur Verfügung stehen. Analysen aus dem von der EU geförderten Projekts UMBESA zeigen, dass das Potenzial in Großküchen zur Erhöhung von regionalem Obst bei 54 % liegt, wenn ausländisches durch inländisches Obst ersetzt wird, und von regionalem Gemüse bei 28 % liegt, wenn ausländisches durch inländisches Gemüse ersetzt wird.

6 Schlussfolgerungen

- **Eine Weiterführung und Intensivierung des Projekts sollte forciert werden.**

Es zeigt sich, dass - besonders in Hinblick auf eine größere Anzahl an Betrieben - hinsichtlich der Umsetzung der Vernetzung zwischen Produzent und Großküche Handlungsbedarf herrscht. So sollte u.a. der Informationsaustausch zwischen den beiden Parteien forciert werden, z.B. im Zuge von *regelmäßigen Produzenten-Küchenleiter-Stammtischen*. Die Wettbewerbsfähigkeit von Produzenten sollte durch die *Bildung von Gemeinschaften oder Zusammenschlüssen* ("Produzenten-Kooperationen") erhöht werden, um mit Großhändlern, die über ein großes Sortiment verfügen, konkurrieren zu können. Zudem sind die Umsetzung einer *Online-Angebots-Plattform* sowie die Entwicklung eines *gemeinsamen Logistiksystems* für landwirtschaftliche Produzenten sinnvolle nächste Schritte.

- **Zusätzliche Initiativen für eine (langfristige) Vernetzung von Produzenten und Großküchen sollten hinsichtlich Bewusstseinsbildung (Wert der Lebensmittel) sowie Schulung von Großküchenleitern (Wintergemüse aus der Region) forciert werden.**

Eine entsprechende *Bewusstseinsbildung und Sensibilisierung* (z.B. Durchführung einer Informationskampagne zum Thema "Inneren Werte unserer Lebensmittel") von Küchenpersonal, Küchenleitern sowie von Führungsebenen von Großküchen führt dazu, dass die Herkunft von Lebensmitteln stärker hinterfragt wird und der Einsatz von inländischen Lebensmitteln forciert wird. Es zeigt sich, dass in Großküchen in den Wintermonaten der Einsatz von Lebensmitteln aus der Region merklich zurückgeht. Eine *Schulung von Küchenleitern* hinsichtlich saisonale Lebensmittel, insbesondere Wintergemüse aus der Region, unterstützt beim Einsatz regionaler Lebensmittel auch in den Wintermonaten.

- **Großküchen haben Interesse an einem möglichst umfangreichen Sortiment einer oder mehrerer Warengruppen.**

"*Wegen 2 oder 3 Lebensmitteln möchte ich keinen zusätzlichen Lieferanten haben*" - so einige der in Phase 1 des Projekts befragten Großküchenleiter. Um langfristige und erfolgreiche Vernetzungsaktivitäten durchzuführen ist es notwendig, eine möglichst breite Palette an Lebensmitteln einer oder mehrerer Warengruppen (z.B. Obst, Gemüse) den Großküchen anbieten zu können. Zusammenschlüsse und Gemeinschaften zwischen den Produzenten könnten dabei vorteilhaft sein. Eine weitere Voraussetzung ist, dass mit 1 Bestellung 1 Lieferung von Produkten mehrerer Produzenten erfolgt. Eine Großküchen-Belieferung von mehreren einzelnen Produzenten erscheint nicht Erfolg versprechend zu sein.

- **Für eine langfristige Vernetzung zwischen Produzent und Großküche scheint eine online-Plattform, die die Angebote der Produzenten, die jeweiligen Preise und verfügbare Mengen beinhaltet, eine adäquate Option.**

Als Vorschläge für eine Weiterführung bisheriger umgesetzter Vernetzungsmaßnahmen nennen die Pilotbetriebe, dass eine Gemeinschaft von Bauern sinnvoll wäre, sodass die Großküchen mit 1 Bestellung 1 Lieferung erhalten, und dass ein Saisonkalender vorhanden ist, der die für den jeweiligen Zeitraum verfügbaren Lebensmittel enthält. Eine online-

Plattform würde diese 3 Vorschläge zu 1 Maßnahme zusammenführen. Ein gemeinsames Logistiksystem wäre für diese Voraussetzung sehr empfehlenswert. Das Aussenden von Angebotslisten hat Potenzial für eine Weiterentwicklung der Vernetzungsmaßnahme, sagen drei Pilotbetriebe, da es eine Maßnahme ist, die für die Küche einfach umzusetzen und für den Produzenten eine Absicherung und eine rentable Auslieferung ist.

- **Kommunikation ist die Basis der Zusammenarbeit. Ein regelmäßiger Informationsaustausch zwischen Produzent und Großküche ist ein wichtiges Element für die Initiierung von Vernetzungsaktivitäten.**

Regelmäßige Treffen zwischen Produzenten und Großküchenleitern oder Führungskräften von Großküchen dienen dazu, aufeinander zugehen zu können, die Anforderungen, Wünsche und Bedingungen der beiden Parteien zu erfassen, Transparenz zu fördern, Probleme gemeinsam zu diskutieren und zum Beispiel hinsichtlich des Sortiments auf den aktuellen Stand zu bleiben (z.B. bei Produktneuheiten). In der Phase 2 des Projekts zeigt sich, dass zwei Pilotbetriebe das persönliche Gespräch als sehr vorteilhaft bewertet wird, da es eine klare Aussprache der Bedingungen (z.B. Preise, Ablauf, Lieferbedingungen) gibt und das persönliche Gespräch die Grundlage für eine Zusammenarbeit ist.

- **Zur Reduktion von Produktionsüberschüssen bedarf es einer Vernetzung mit einer erhöhten Anzahl an Großküchen.**

Die Vernetzung mit wenigen Großküchen kann Produktionsüberschüsse nur zu einem geringen Teil reduzieren, da eine einzige Großküche die meist großen Mengen nicht in einem kurzen Zeitraum abnehmen kann. Sind jedoch mehrere Großküchen vorhanden, die Überschüsse bereitwillig annehmen, führt dies zu einer spürbaren Reduktion von Übermengen bei landwirtschaftlichen Produzenten.

- **Zur Reduktion von Produktionsüberschüssen besonders bei rasch verderblichen Lebensmitteln empfiehlt sich eine Verarbeitung und Haltbarmachung direkt am landwirtschaftlichen Betrieb oder in der Großküche.**

Empfehlenswert ist dabei die Abstimmung mit der jeweiligen Großküche als Abnehmer, um die entsprechenden Rezepturen abzustimmen. Um in Großküchen Lebensmittel haltbar zu machen, sind entsprechende räumliche, technische und personelle Voraussetzungen (z.B. Lagerraum, Kühlraum, Küchengeräte etc.) notwendig.

- **Produktionsüberschüsse aufgrund von Gemeinschaften und Kooperationen mit anderen Produzenten erst gar nicht entstehen lassen.**

Mindermengen eines Betriebes können durch Übermengen eines anderen Betriebes kompensiert werden, so wird verhindert, dass eine Überproduktion zur Gewährleistung der Lieferung der vereinbarten Mengen bei den Produzenten stattfindet. Zudem würde die Wettbewerbsfähigkeit der Produzenten-Gemeinschaft erhöht werden, da den Großküchen ein umfangreiches Sortiment angeboten werden kann. Der Konkurrenzdruck der einzelnen landwirtschaftlichen Betriebe würde sich reduzieren, da die Vermarktung in einer Gemeinschaft erfolgt.

7 Handlungsempfehlungen

7.1 Für landwirtschaftliche Produzenten

Erstellung und laufende Betreuung einer online-Plattform für Großküchen

Ziel der Plattform ist es, das derzeit verfügbare Angebot der landwirtschaftlichen Produzenten auf einer einzigen Website zusammenzufassen und für potenzielle Zielgruppen wie etwa Großküchen zu veröffentlichen. Die Bestellungen erfolgen durch die Großküchen, eine von den Produzenten gemeinsame Auslieferung der bestellten Lebensmittel ist notwendig. Der Zusammenschluss von einzelnen landwirtschaftlichen Betrieben, welches eine gewisse Offenheit der Produzenten bedingt, die Festlegung eines einheitlichen Preises für das jeweilige Lebensmittel (damit die Großküche lediglich 1 Rechnung erhält) sowie die Entwicklung eines entsprechenden gemeinsamen Logistiksystems werden vom Projektteam als Herausforderungen zur praktischen Umsetzung angesehen. Die Plattform bringt eine Reihe von Vorteilen mit sich:

- Produktionsüberschüsse können einer breiten potenziellen Abnehmerschaft angeboten werden und können damit reduziert werden.
- Die Zusammenarbeit der Produzenten reduziert den Konkurrenzdruck.
- Die Zusammenarbeit der Produzenten ermöglicht das Angebot eines umfangreichen Sortiments. Damit erhöht sich die Wettbewerbsfähigkeit der Produzenten, die mit Großhandelsketten mit einem äußerst großen Sortiment konkurrieren.
- Der Bezug von 100 % regionalen und saisonalen Lebensmitteln wird Großküchen sehr erleichtert, da keine eigene Recherche von Kontaktdaten und die Kontaktaufnahme erforderlich sind.

Unterstützend für eine positive Außenwirkung ist ein symbolischer Zusammenschluss in Form einer Dachmarke oder Logo. Ebenso soll die Plattform eine breite Produktpalette abdecken, so können neben Gemüse und Obst auch andere Warengruppen wie etwa Fleisch- und Wurstwaren, Trockenwaren (Nudeln, Mehl, etc.) oder Getreideprodukte sinnvoll sein. Essentiell ist die Berücksichtigung der Erfordernisse von Großküchen bei der Implementierung der Plattform hinsichtlich Angebote, Bestellvorgang, Lieferanforderung etc.

Organisation von regelmäßigen Meetings mit Großküchenvertretern

Der laufende Informationsaustausch und persönliche Gespräche mit Vertretern von Großküchen ist Grundlage für eine potenzielle Zusammenarbeit. Produzenten könnten sich in diesem Rahmen stärker präsentieren, ihre Produkte und Produktionsbedingungen vorstellen, auf Neuheiten im Sortiment eingehen, um so damit den potenziellen Abnehmern regionale Lebensmittel schmackhaft zu machen. Sinnvoll ist dabei die Einbeziehung von Großküchenverbänden, wie zum Beispiel der AGÖ - Arbeitsgemeinschaft Großküchen Österreichs. Die AGÖ hat über 100 Mitgliedsbetriebe, und vertritt damit eine große Anzahl an Großküchen. Die Kontaktaufnahme mit solchen Verbänden ist sinnvoll, da die Wünsche, Bedürfnisse und Anforderungen der Großküchen abgeklärt werden können.

Kooperationen zwischen einzelnen landwirtschaftlichen Betrieben zur Reduktion von Produktionsüberschüssen

Ein relativ großes Maß an Offenheit der Beteiligten fordert die Zusammenarbeit mit anderen Produzenten. Ziel der Zusammenarbeit ist es, im Falle von Mindermengen eines landwirtschaftlichen Betriebes auf (Über)Mengen eines anderen landwirtschaftlichen Betriebes zurückzugreifen. So wird verhindert, dass zur Gewährleistung der vereinbarten Liefermengen, mehr produziert wird, um eine eventuelle niedrige Ernte (z.B. aufgrund Schädlinge oder schlechte Witterungsbedingungen) ausgleichen zu können.

Verarbeitung von Produktionsüberschüssen am eigenen landwirtschaftlichen Betrieb

In Zeiten eines Produktionsüberschusses zum Beispiel aufgrund optimaler Witterungsbedingungen, ist es schwierig, ausreichend Abnehmer zu finden. Zudem sind die Kapazitäten bei Lebensmittelverarbeitern begrenzt, da die Überschüsse nicht nur bei einzelnen Produzenten auftreten, sondern im gesamten Produktionsgebiet. Eine sinnvolle Möglichkeit, um diese Überschüsse nicht wegwerfen zu müssen, ist es, diese am eigenen Betrieb zu verarbeiten. Auch Befragungen von Produzenten in der Phase 1 des Projekts zeigen, dass jene Produzenten, die am eigenen Betrieb die produzierten Lebensmittel verarbeiten und veredeln, kaum Überschüsse wegwerfen müssen. Diese Maßnahme ist besonders für jene Lebensmittel geeignet, die rasch verderblich sind, wie zum Beispiel Tomaten oder Zucchini. Zu welchen Produkten und nach welchen Rezepturen die Lebensmittel verarbeitet werden, kann bereits vor der Verarbeitung mit der/den jeweiligen Großküche/n vereinbart werden. So wird zum einen gewährleistet, dass das verarbeitete Produkt den Anforderungen der Großküche entspricht, zum anderen ist dies eine Absatzsicherheit für den landwirtschaftlichen Produzenten.

Wintergemüse bewerben und das Wintersortiment erhöhen

Besonders in den Wintermonaten fällt es Großküchen meist schwer, auf regionale Lebensmittel zurückzugreifen, da - allem Anschein nach - die Auswahl sehr eingeschränkt ist. Dies ist jedoch nicht der Fall. Lagergemüse sowie eine große Auswahl an Wintersalaten und Wintergemüsen ist verfügbar. Das aktive Bewerben des im Winter verfügbaren Obsts und Gemüses durch die Produzenten fördert den Absatz auch in den Wintermonaten. Weiters kann es sinnvoll sein, ein umfangreiches Wintersortiment zu produzieren, indem zum Beispiel auf die Produktion von Vielfaltssorten zurückgegriffen wird. Eventuell lässt sich die Saison der Sommer-Lebensmittel durch Glashäuser o.ä. verlängern.

7.2 Für Großküchen

Klares Bekenntnis der Großküche zu regionalen und saisonalen Lebensmitteln

Eine Adaptierung und die Integration von Optimierungsschwerpunkten im Küchenleitbild zum Beispiel ist eine sinnvolle Möglichkeit, um sich klar für den Einsatz von regionalen und saisonalen Lebensmitteln zu bekennen. Auch die Führungsebene von Großküchen muss hinter dem Leitbild stehen. Ein Küchenleitbild dient dazu, die Grundprinzipien einer Großküche sowie den Zielzustand (= wohin wollen wir?) in schriftlicher Form nach außen (Öffentlichkeit, KonsumentInnen etc.) zu tragen. Es soll deutlich zum Ausdruck gebracht werden, wofür die

Großküche steht, welche Mission und Vision die Großküche hat. Innerhalb des Betriebes ist das Leitbild ein Motivator und handlungsleitend. Die Einbeziehung von Handlungsschwerpunkten ins Leitbild macht deutlich, dass die Großküche aktiv an einer kontinuierlichen Verbesserung arbeitet und sich stetig weiterentwickelt.

Frische Zubereitung von Speisen, Prüfung der Herkunft der Lebensmittel sowie eine Ausrichtung des Speiseplans in Richtung Saisonalität entsprechend der verfügbaren Lebensmittel aus der Region

Eine frische Zubereitung der Speisen fördert die Verwendung von regionalen, unverarbeiteten Lebensmitteln direkt vom landwirtschaftlichen Produzenten. Zudem ermöglicht eine frische Zubereitung der Speisen eine leichte Adaption von Sommer- zu Winterspeisen (z.B. Gemüselaibchen: Ersatz des Gemüses durch Kürbis im Winter). Das Einholen von Herkunftsangaben der gegenwärtig bezogenen Lebensmittel von den Lieferanten ermöglicht die Identifizierung von Optimierungspotenziale. Schritt für Schritt sollen ausländische durch inländische Produkte ersetzt werden. Der Bezug von Lebensmittel direkt vom Produzenten macht einen saisonalen Speiseplan notwendig. Die Implementierung konkreter Winter- und Sommerspeisen fördert den Einsatz regionaler Lebensmittel. Dabei braucht es in einem ersten Schritt das Wissen, welche Lebensmittel sind in welchem Zeitraum und in welcher Region verfügbar. Dabei kann ein entsprechender Saisonkalender (wie in Kapitel 4.2.4 beschrieben) hilfreiche Unterstützung bieten.

Notwendige Voraussetzungen in der Küche schaffen

Um die Speisen in der Küche frisch zubereiten zu können, ist es notwendig, ausreichend Küchenpersonal zum Rüsten und Verarbeiten der frischen, unverarbeiteten Lebensmittel zu haben. Der gegenwärtige Trend in Großküchen, mit möglichst wenig Personal zu kochen und parallel dazu verstärkt auf Convenience-Produkte zu setzen, bringt nicht nur eine verminderte Speisenqualität mit sich, sondern auch einen Verlust des küchentechnischen Know-How's. Ohne die entsprechenden räumlichen Voraussetzungen in den Großküchen, wie etwa Schmutzräume zum Rüsten der Lebensmittel, wird der Einsatz von regionalen Lebensmitteln deutlich erschwert und für die Großküchen kaum praktisch umsetzbar. Der gegenwärtige Trend, die Räumlichkeiten der Großküchen so weit wie möglich zu reduzieren und Schmutzräume bei einer Neugestaltung einer Küche nicht einzuplanen (z.B. aufgrund Einführung eines Cook & Chill-Systems und/oder verstärkter Einsatz von Convenience-Produkten), erschwert den Einsatz von regionalen und frischen Lebensmitteln maßgeblich.

7.3 Für die Politik

Anreize zur Erhaltung von betriebseigenen Großküchen schaffen

Entgegen dem derzeitigen Trend der Zulieferung von Speisen durch Cateringbetriebe und dem Schließen von betriebseigenen Großküchen, soll es Ziel sein, betriebseigene Großküchen weitestgehend zu erhalten. Nicht nur der Erhalt dieser, sondern auch eine frische Zubereitung der Speisen garantiert den schonenden Umgang mit wertvollen Lebensmitteln. Somit muss auch dem gegenwärtigen Trend der Verkleinerung von Großküchen, der Abschaffung von Schmutzräumen, der Verkleinerung von Lager- und Kühlräumen, der Reduktion des Kü-

chenpersonals, entgegnet werden. Die räumlichen und personellen Voraussetzungen müssen in Großküchen gegeben sein, um frische, unverarbeitete Lebensmittel aus der Region verwenden zu können, als auch etwaige Produktionsüberschüsse abzunehmen und gegebenenfalls haltbar zu machen.

Initiativen zur Bewusstseinsbildung zum Thema Lebensmittel und Ernährung fördern: "Unser Essen darf etwas Wert sein", "Innere Werte unserer Lebensmittel"

Eine entsprechende Bewusstseinsbildung ist für die Förderung regionaler Lebensmittel essentiell. Bewusstsein für regionale Lebensmittel nicht nur in der breiten Öffentlichkeit (Kinder, Jugendliche und Erwachsene) schaffen, sondern auch insbesondere in der Führungsebene von Großküchen. Entsprechende Vorgaben oder Leitbilder unterstützen Großküchenleiter dabei, auf Produkte der Region zurückzugreifen.

Strenge Qualitätsvorgaben des Handels hinterfragen

Der Handel verlangt von den landwirtschaftlichen Produzenten höchste Qualität. Um diese zu erreichen, ist zum einen laut eines Befragten in der Phase 1 des Projekts ein entsprechender Einsatz von Pflanzenschutzmitteln notwendig, zum anderen führt dies dazu, dass bereits am landwirtschaftlichen Betrieb aufgrund der "Auslese" der nicht den strengen Vorgaben des Handels entsprechenden Lebensmitteln (z.B. aufgrund Form, Größe, äußeres Erscheinungsbild), als Produktionsüberschuss anfallen. Es sollten Initiativen gefördert werden, die auf eine *Bewusstseinsbildung und auf einen gemeinsamen Dialog mit dem Handel* abzielen. Unterstützend können hier auch *Umfragen direkt bei den Konsumenten in Supermärkten* wirken. Die Erkenntnis des Handels, dass auch weniger strenge Qualitätskriterien ausreichen, um die Konsumenten zufriedenzustellen, kann dazu führen, dass dieser die Vorgaben lockert. Eine Chance würde sich dem Handel zudem bieten, indem dieser *nicht-normierte Lebensmittel gezielt anbietet*.

Erweiterung der Kriterien der "Gesunden Küche" um Aspekte der Nachhaltigkeit wie beispielsweise Regionalität, BIO-Qualität etc.

Eine nachhaltige Lebensmittelbeschaffung könnte durch die Erweiterung der Kriterien des bereits bestehenden Projekts "Gesunde Küche" der Abteilung Gesundheit des Landes OÖ um Aspekte der Nachhaltigkeit wie etwa Regionalität und BIO-Qualität forciert werden.

8 Anhang

8.1 Fragebogen für landwirtschaftliche Produzenten - Phase 1



RRMMMAAA
Ressourcen Management-Agentur

Fragebogen für landwirtschaftliche Produzenten (Obst und Gemüse, frisch)

Seite 1 von 5



Ausgefüllt durch:	Fragebogen Nr.:
Name Befragte/r und Funktion im Betrieb:	Einleitung: Das Ziel des Projekts ist es, landwirtschaftliche Produzenten mit Großküchen zu vernetzen, um zu verhindern, dass bereits produzierte Lebensmittel nicht verkauft werden können und so zu Abfall werden – wie im Sommer 2014 in Oberösterreich geschehen. Zudem wird durch das Projekt
Name Betrieb:	- ein Beitrag zur Ressourcenschonung geleistet, - die Leistungsfähigkeit der oberösterreichischen Landwirte gestärkt, - und der Einsatz von Lebensmitteln aus Oberösterreich in Großküchen forciert.
Produktionsart (biologisch und/oder konventionell):	Mit der Befragung möchte ich folgendes erfassen:
Kontaktdaten Betrieb:	- Gründe, die zu dieser Problematik führen - gegenwärtige und potenzielle Absatzwege von Obst und Gemüse - Maßnahmen und Voraussetzungen für eine Vernetzung mit regionalen Produzenten
Kontaktdaten Doris Ehrlinger: Ressourcen Management Agentur (RMA), Argentinerstraße 48/2, Stock, 1040 Wien 01/9132252.30, doris.ehrlinger@rma.at	
Notizen:	

Abbildung 8-1: Fragebogen für landwirtschaftliche Produzenten, Phase 1, Seite 1



RRMMMAAA
Institut für Ernährungswissenschaften und Ernährungswirtschaft
Ressourcen Management Agentur

Teil 1: Grundsätzliches zu Ihrem Betrieb



LAND
OBERÖSTERREICH

No.	Frage	Antwort
1.	Welche Lebensmittel produzieren Sie?	
2.	Wie groß ist die jährliche Produktionsmenge in kg je Lebensmittel (wen sehr umfangreich, auf Lebensmittelauswahl für Befragungen einschränken)?	
3.	In welchem Zeitraum werden die genannten Lebensmittel geerntet (Angabe in Monaten; laufen, schubhafte Ernte oder lediglich 1 Erntezeitpunkt)?	
4.	Bieten Sie die Lebensmittel auch verarbeitet an (z.B. geschält, geschnitten)?	
5.	Beliefen Sie derzeit Großküchen bzw. würden Sie grundsätzlich Großküchen beliefern?	
5.a	Wenn ja, unter welchen Voraussetzungen?	
5.b	Wenn nein, warum nicht?	

Seite 2 von 5

Abbildung 8-2: Fragebogen für landwirtschaftliche Produzenten, Phase 1, Seite 2



RRMMMAAAA
Institut zur Erforschung eines nachhaltigen und sozial verantwortlichen Ressourcen Management-Agentur

Teil 2: Erhebung der Probleme

Wenn nein, weiter bei Frage Nr. 5!

6.	Waren oder sind Sie einmal in einer Situation gewesen, dass Sie bereits produzierte Lebensmittel nicht ernten und/oder verkaufen konnten?	
6.a	Welche Lebensmittel hat das konkret betroffen?	
6.b	Wie ist es dazu gekommen, dass Sie Lebensmittel nicht ernten oder verkaufen konnten (bitte auch das Lebensmittel angeben, z.B. Äpfel: zu hohe Erntekosten)?	
6.c	Um welche Mengen handelt(e) es sich (bitte das Lebensmittel und das Jahr angeben, z.B. Kartoffel 2014: 300 kg)?	
6.d	Inwiefern könnte sich das Problem durch Lagerung beheben lassen?	
7.	Inwiefern könnte sich das Problem durch eine Verarbeitung (z.B. Konserven, Säfte, etc.) der Lebensmittel beheben lassen?	
8.	Über welche Absatzwege verkaufen Sie Ihre Lebensmittel? (z.B. Ab-Hof-Verkauf, Industrie, Gastronomie, Großküchen, etc.)	



Österreichische Bundesregierung

Seite 3 von 5

Abbildung 8-3: Fragebogen für landwirtschaftliche Produzenten, Phase 1, Seite 3



RRMMMAAA
Ressourcen Management Agentur

9.	Bei welchen/m Lebensmittel/n spielt der Absatz über Großküchen eine Rolle?		
10.	Welche Rolle spielt der Absatz über Gastronomiebetriebe für Sie?		
	Teil 3: Maßnahmen zur Vernetzung mit Großküchen		
11.	Welche Maßnahmen könnten Sie setzen, um sich mit Großküchen stärker zu vernetzen?	1.	2.
		3.	4.
		5.	
12.	In welchem Zeitraum könnten Sie die genannten Maßnahmen umsetzen?	1.	2.
		3.	4.
		5.	
13.	Welche Voraussetzung(en) müssen aus Ihrer Sicht für eine erfolgreiche Umsetzung der genannten Maßnahmen gegeben sein?	1.	2.
		3.	4.
		5.	



Seite 4 von 5

Abbildung 8-4: Fragebogen für landwirtschaftliche Produzenten, Phase 1, Seite 4



Seite 5 von 5

14.	Wann ist eine Kooperation nicht möglich?	1.	2.	3.	4.	5.
		Teil 4: Abschluss				
15.	Gibt es sonstige Anmerkungen?					
16.	Wenn Interesse an der Zusendung der Ergebnisse besteht, dann bitte E-Mail Adresse angeben!					
		ENDE				



Abbildung 8-5: Fragebogen für landwirtschaftliche Produzenten, Phase 1, Seite 5

8.2 Fragebogen für Großküchen-Vertreter - Phase 1



Ressourcen Management Agentur

Fragebogen für Großküchen

Ausgefüllt durch:	Fragebogen Nr.:
Name Befragte/r und Funktion im Betrieb:	Einleitung: Das Ziel des Projekts ist es, landwirtschaftliche Produzenten mit Großküchen zu vernetzen, um zu verhindern, dass bereits produzierte Lebensmittel nicht verkauft werden können und so zu Abfall werden – wie im Sommer 2014 in Oberösterreich geschehen. Zudem wird durch das Projekt • ein Beitrag zur Ressourcenschonung geleistet, • die Leistungsfähigkeit der oberösterreichischen Landwirte gestärkt, • und der Einsatz von Lebensmitteln aus Oberösterreich in Großküchen forciert. Mit der Befragung möchte ich folgendes erfassen: • IST-Stand und Bedarf von Großküchen hinsichtlich Einsatz von regionalen Lebensmitteln • Maßnahmen, die zur stärkeren Vernetzung gesetzt werden könnten • Rahmenbedingungen für eine Vernetzung mit regionalen Produzenten
Name Betrieb:	
Kontaktdaten Betrieb:	
Kontaktdaten Doris Ehrlinger: Ressourcen Management Agentur (RMA), Argentinierstraße 48/2, Stock, 1040 Wien 01/9132252.30, doris.ehrlinger@rma.at	
Notizen:	



Seite 1 von 4

Abbildung 8-6: Fragebogen für Großküchen, Phase 1, Seite 1

RRNNMMMAAA

Initiative zur Erhaltung einer umfassenden und vielfältigen Kulturlandschaft

Ressourcen Management Agentur

Teil 1: Grundsätzliches zur Küche	
No.	
1.	Wie viele Portionen werden täglich in Ihrer Küche gekocht?
2.	Wie viele Betriebstage gibt es pro Jahr in etwa in Ihrer Küche?
3.	Welche Verpflegung wird in Ihrer Küche angeboten (Frühstück, Mittag-, Abendessen, etc.)?
4.	Welches Produktionsverfahren gibt es in Ihrer Küche (z.B. Frischküche, Cook & Chill, etc.)?
Teil 2: Status Quo und Bedarfserhebung	
5.	Hinsichtlich Lebensmitteleinsatz: Beziehen Sie bereits Obst und Gemüse <u>direkt</u> von Produzenten aus Oberösterreich?
5.a	Wenn ja, welche Lebensmittel?
5.b	Wenn ja, aus welchen Gründen?
5.c	Wenn nein, warum nicht?

LAND

OBERÖSTERREICH

Seite 2 von 4

Abbildung 8-7: Fragebogen für Großküchen, Phase 1, Seite 2



RRMMMAAAA
Ressourcen Management Agentur

6.	Welches Obst und Gemüse würden Sie gerne (noch) aus Oberösterreich <u>direkt</u> von einem Produzenten beziehen?	Excel-Liste
7.	Welche Mengen (kg) würden Sie von den genannten Lebensmitteln in welchem Zeitraum in etwa benötigen?	Excel-Liste
8.	Welchen Verarbeitungsgrad müssten die Lebensmittel aufweisen, damit Sie sie in der Küche verwenden könnten?	
Teil 3: Rahmenbedingungen und Maßnahmen für eine Vernetzung		
9.	Wenn Sie Lebensmittel direkt vom Produzenten beziehen (würden), was sind/wären die Anforderungen von Ihrer Seite an den Produzenten, damit die Kooperation zustande kommt (z.B. Vertragsbedingungen, Lieferbedingungen, Anlieferung, Verfügbarkeit der Lebensmittel)?	
10.	Welche Maßnahmen könnten Sie in Ihrer Küche setzen, um verstärkt Obst und Gemüse direkt vom Landwirt einzusetzen (z.B. Speiseplangestaltung, Einkaufspolitik)?	
	Alternativfrage: Welche Möglichkeiten haben Sie in Ihrer Küche, um verstärkt mit Großküchen zu kooperieren?	
	Alternativfrage: Wie könnten Sie sich stärker mit Produzenten vernetzen?	



OBERÖSTERREICH

Seite 3 von 4

Abbildung 8-8: Fragebogen für Großküchen, Phase 1, Seite 3

	
11.	Welche Vorlaufzeit würden Sie für die Umsetzung der genannten Maßnahmen benötigen?
12.	In Erntezeiten ist die verfügbare Menge eines Lebensmittels sehr groß, dies kann bei Lebensmitteln problematisch sein, die schnell verderblich sind. Wie könnten Sie in der Großküche darauf reagieren (z.B. Haltbarmachung)?
Teil 4: Abschluss	
13.	Gibt es sonstige Anmerkungen?
	Wenn Interesse an der Zusendung der Ergebnisse besteht, dann bitte E-Mail Adresse angeben!
ENDE	
Zusatzfrage: Plattform würde Verwendung finden?	
	
Seite 4 von 4	

Abbildung 8-9: Fragebogen für Großküchen, Phase 1, Seite 4

8.3 Formular zur Dokumentation der Vernetzung - Produzent

Projekt Kurzschluss - Vernetzung landwirtschaftlicher ProduzentInnen und Großküchen

FORMULAR BITTE LAUFEND AUSFÜLLEN!

Nr.	Datum	gelieferte(s) Lebensmittel	Menge		geliefert an:	Handelte es sich um Überschussware?	Was war der Grund für den Überschuss?	Welche Vernetzungsmaßnahme wurde umgesetzt?
			kg	Stück				
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								

1

RRMMMAAA
Ressourcen Management Agentur

Abbildung 8-10: Formular zur Dokumentation der Vernetzung - Produzent

8.4 Formular zur Dokumentation der Vernetzung - Küche

Projekt Kurzschluss - Vernetzung landwirtschaftlicher ProduzentInnen und Großküchen

FORMULAR BITTE LAUFEND AUSFÜLLEN!



Anlieferungen - Name Küche:							
Nr.	Datum	gelieferte(s) Lebensmittel + Produzent	War die gelieferte Menge ausreichend?	Wie wurden die Lebensmittel in der Küche verwendet?	Wurde das gelieferte Lebensmittel durch ein anderes ersetzt? Wenn ja, durch welches?	Handelte es sich um eine kurzfristige Lieferung (z.B. Aktionen oder Überschüsse)?	Welche Vernetzungsmaßnahme wurde umgesetzt?
	04. Jun. 15	Gurken	Ja (= die angelieferte Menge entspricht der Menge, die für die jeweilige Speise/Beilage benötigt wird)	bitte konkret wie möglich, z.B. Teil des Salatbuffets: Gemüselaibchen mit Salat --> 30% des Salats stammt direkt vom Produzenten	z.B. Gurken-Überschuss wurde vom Produzenten angeliefert --> es gab Gurkensalat statt ausländischem Fertigprodukt-Fisolensalat	Ja, um Überschüsse	Überschussmengen werden gekauft
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							


1

Abbildung 8-11: Formular zur Dokumentation der Vernetzung - Großküche

8.5 Bewertungsfragebogen Produzent


Initiative zur Schaffung einer umweltschonendsten Ressourcenmanagement-Strategie
 Ressourcen Management Agentur

**Projekt KURZSCHLUSS -
Bewertung der Zusammenarbeit mit Pilot-Küche**

Die Bewertung erfolgt folgendermaßen:

- 1 = Sehr Gut bzw. sehr zufriedenstellend bzw. trifft sehr zu
- 5 = Nicht Genügend bzw. nicht zufriedenstellend bzw. trifft gar nicht zu

Zutreffendes bitte ankreuzen bzw. ausfüllen!

	1	2	3	4	5
<u>Bewertung der Umsetzbarkeit der Zusammenarbeit</u>					
Mein zusätzlicher <i>Arbeitsaufwand</i> zur Planung und Organisation der Zusammenarbeit war zufriedenstellend (z.B. Besprechung mit Küchenleiter, Berücksichtigung eines zusätzlichen Kunden, etc.).					
Der <i>Zeitaufwand</i> zur Zusammenarbeit mit der Küche war zufriedenstellend.					
Die Lieferbedingungen der Küche waren für mich leicht zu berücksichtigen.					
Die zur Belieferung der Küche zurückgelegten Transportkilometer waren für mich in Ordnung.					
Der logistische Aufwand durch einen zusätzlichen Kunden war zufriedenstellend					
Die Küche(n) ist/sind ein zuverlässiger Kooperationspartner.					
Aus betriebswirtschaftlicher Sicht bewerte ich die Zusammenarbeit mit der Schulnote ...					
Aufgrund der Zusammenarbeit mit der Küche hat sich mein Absatz merklich verbessert.					
Ist diese Zusammenarbeit direkt mit einer Küche eine gute Möglichkeit, um Produktionsüberschüsse zu reduzieren?	Ja ☐ nein ☐				
Mit der/n Großküche/n setze ich die Zusammenarbeit in Zukunft vermutlich fort.					
Eine Zusammenarbeit wird vermutlich auch in den Wintermonaten stattfinden.					



Abbildung 8-12: Bewertungsfragebogen - Produzent, Seite 1



Initiative zur Sicherung einer umweltbewusst/kennzeichnenden Ressourcenmanagement

Ressourcen Management Agentur

Ich sehe Großküchen als (neue) Absatzchance für meinen Betrieb.	Ja ☐	nein ☐
Wenn ja, warum:		
Wenn nein, warum nicht:		
Welches Potenzial hat das Projekt - wie viel % der gesamten Produktionsmenge könnten Sie Großküchen zur Verfügung stellen?		
<u>Umgesetzte Maßnahmen - Auflistung</u>		
Maßnahme 1:		
Maßnahme 2:		
Maßnahme 3:		
Maßnahme 4:		
Maßnahme 5:		
Maßnahme 6:		
Maßnahme 7:		
Maßnahme 8:		
Maßnahme 9:		
Maßnahme 10:		
Sonstige Anmerkungen:		



Abbildung 8-13: Bewertungsfragebogen - Produzent, Seite 2

8.6 Bewertungsfragebogen Großküche



Institut zur Förderung einer umweltbewusstlichen nachhaltigen Ressourcenveranschaulichung
Ressourcen Management Agentur

**Projekt KURZSCHLUSS -
Bewertung der Zusammenarbeit mit Pilot-Produzent**

Die Bewertung erfolgt folgendermaßen:

- 1 = Sehr Gut bzw. sehr zufriedenstellend bzw. trifft sehr zu
- 5 = Nicht Genügend bzw. nicht zufriedenstellend bzw. trifft gar nicht zu

Zutreffendes bitte ankreuzen bzw. ausfüllen!

	1	2	3	4	5
Bewertung der Umsetzbarkeit der Zusammenarbeit					
Mein zusätzlicher <i>Arbeitsaufwand</i> zur Planung und Organisation der Zusammenarbeit war zufriedenstellend (z.B. Besprechung mit Produzent, etc.).					
Der <i>Zeitaufwand</i> zur Zusammenarbeit mit dem Produzent war zufriedenstellend.					
Die Lieferbedingungen des Produzenten waren für mich leicht zu berücksichtigen.					
Der kücheninterne Aufwand durch einen zusätzlichen Lieferanten/Produzenten ist zufriedenstellend.					
Der Produzent ist ein zuverlässiger Kooperationspartner.					
Aus betriebswirtschaftlicher Sicht bewerte ich die Zusammenarbeit mit der Schulnote ...					
Aufgrund der Zusammenarbeit mit dem Produzent hat sich der Einsatz von regionalen und saisonalen Lebensmitteln in meiner Küche merklich erhöht.					
Durch die Zusammenarbeit mit dem regionalen Produzenten habe ich ausländische durch inländische Ware ersetzen können.					
Die gewünschte Menge des jeweiligen Lebensmittels konnte geliefert werden.					
Bei welchen Lebensmitteln konnte die erforderliche Menge nicht geliefert werden?					
Ich benötige die jeweiligen bezogenen Lebensmittel stärker verarbeitet (z.B. geschnitten, etc.)	Ja ☐		nein ☐		



Abbildung 8-14: Bewertungsfragebogen - Küche, Seite 1


Initiative zur Sicherung einer umweltbewusst, nachhaltigen Ressourcenverwertung
 Ressourcen Management Agentur

Wenn ja, wie sollte das/die Lebensmittel verarbeitet sein:		
Mit den Produzenten setze ich die Zusammenarbeit in Zukunft vermutlich fort.	Ja ☐	nein ☐
Eine Zusammenarbeit wird vermutlich auch in den Wintermonaten stattfinden.	Ja ☐	nein ☐
Wenn ja, warum:		
Wenn nein, warum nicht:		
Ich sehe vermehrt landwirtschaftliche Produzenten als (neue) Lieferanten in der Zukunft.	Ja ☐	nein ☐
Wenn ja, warum:		
Wenn nein, warum nicht:		
Welches Potenzial hat das Projekt - wie viel % des gesamten Gemüseinsatzes könnten von einem oder mehrerer regionalen Produzenten abgedeckt werden?		
<u>Umgesetzte Maßnahmen - Auflistung</u>		
Maßnahme 1: Maßnahme 2: Maßnahme 3: Maßnahme 4: Maßnahme 5: Maßnahme 6: Maßnahme 7: Maßnahme 8: Maßnahme 9: Maßnahme 10:		
Sonstige Anmerkungen:		



Abbildung 8-15: Bewertungsfragebogen - Küche, Seite 2

8.7 Bewertungsfragebogen Vernetzungsmaßnahme

 Initiative zur Schaffung einer wirtschaftlich bestmöglichen Ressourcenbeschaffung Ressourcen Management Agentur	
<u>Bewertung der Maßnahme</u>	
Diese Vorteile weist die Maßnahme auf:	
Diese Nachteile weist die Maßnahme auf:	
Sind Probleme im Zuge der Umsetzung dieser Maßnahme aufgetreten?	
Ja ☐ nein ☐	
Wenn ja, welche:	
Wie wurde das Problem/die Probleme gelöst?	
Weist diese Maßnahme ein Potenzial hinsichtlich einer Weiterführung und Erweiterung mit einer erhöhten Anzahl an Produzenten und Großküchen auf?	Ja ☐ nein ☐
Wenn ja, warum:	
Wenn nein, warum nicht:	
Welche Vorschläge haben Sie in Bezug auf eine etwaige Verbesserung oder Weiterentwicklung der praktischen Umsetzung dieser Maßnahme (z.B. technische Hilfsmittel)?	
Sonstige Anmerkungen:	
	

Abbildung 8-16: Bewertungsfragebogen - Vernetzungsmaßnahme

8.8 Projektfolder

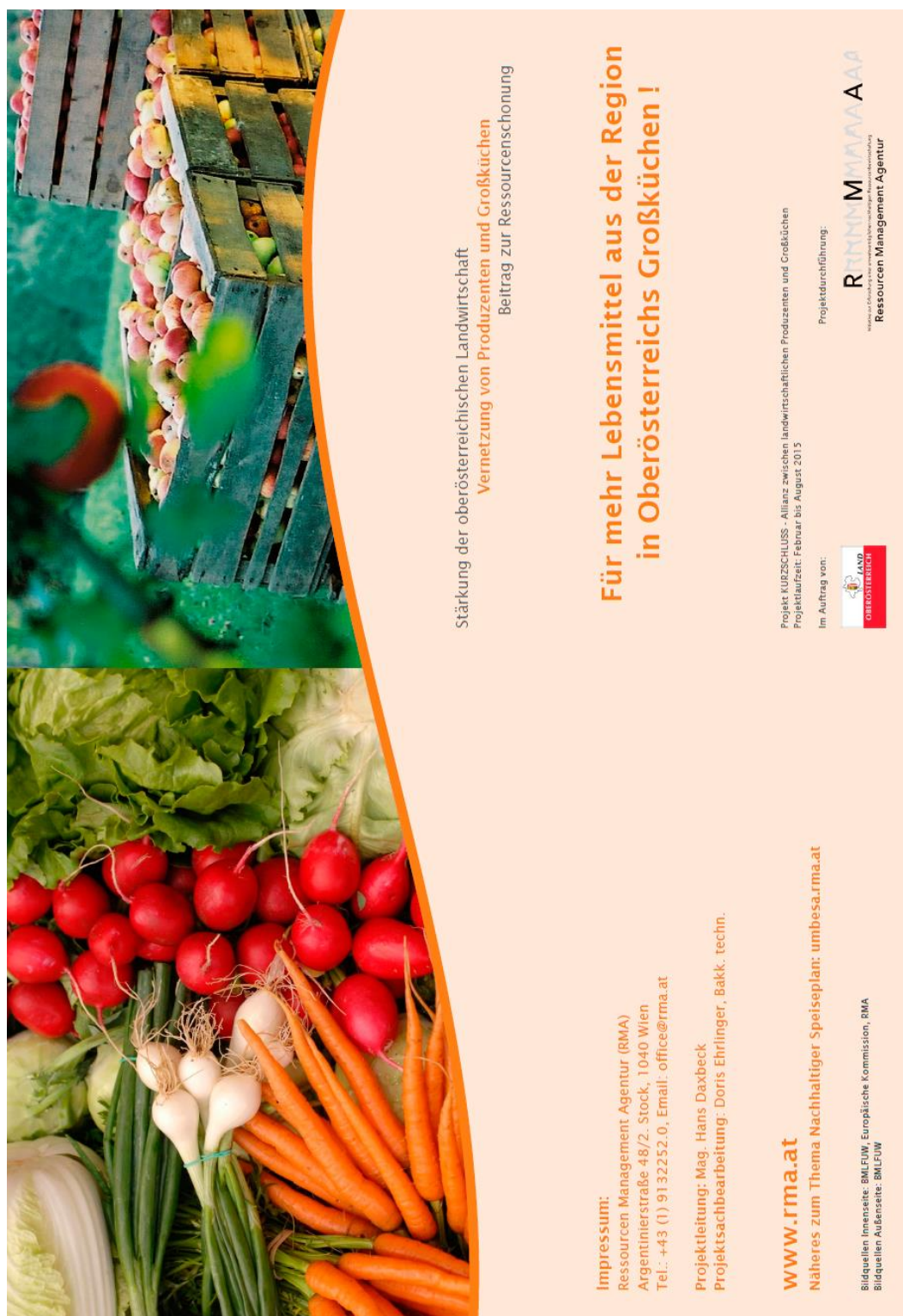


Abbildung 8-17: Projektfolder - Außenseite



Unser Ziel ...

Es werden landwirtschaftliche Produzenten mit Betrieben der Gemeinschaftsverpflegung in Oberösterreich vernetzt.

Warum wir das machen ...

- **Vermeidung von Lebensmittelabfällen**
Die Produktion von Lebensmitteln geht mit einem enormen Ressourcenverbrauch einher. Werden die Lebensmittel anschließend nicht verkauft und gegessen, müssen sie entsorgt werden. Die Vermeidung von Lebensmittelabfällen trägt zur Schonung unserer Ressourcen bei!
- **Beitrag zum Klimaschutz**
Klimafreundlich durch kurze Transportwege! Während 1 kg Tomaten aus Österreich 0,09 kg CO₂ emittieren, sind es bei den italienischen Tomaten bereits 0,26 kg CO₂. Lebensmittel aus der Region tragen zur Verminderung von Treibhausgasen bei.
- **Stärkung der heimischen Landwirtschaft**
Der Kauf von Lebensmitteln aus der Region stärkt die Wettbewerbsfähigkeit unserer kleinstrukturierten Landwirtschaft und trägt zur Existenzsicherung heimischer Landwirtschaftsbetriebe bei. Zudem bringt die regionale Produktvielfalt Abwechslung auf unseren Teller!

Nutzen für ProduzentIn und Großküche

- **Verhinderung des Vernichtens von bereits produzierten Lebensmitteln**
In Zeiten einer Überproduktion oder etwaiger Absatzprobleme, sind Großküchen potenzielle Abnehmer der Lebensmittel.
- **Sicherer Absatz**
Für landwirtschaftliche Produkte können Großküchen neue, attraktive Absatzwege darstellen, da sie in ihrem Küchenalltag kontinuierlich große Mengen an Lebensmitteln verbrauchen.
- **Abwechslung am Speiseplan**
Regionale kulinarische Vielfalt! Großküchen können ihren Gästen abwechslungsreichere, saisonale und regionale Speisen anbieten. Sie leisten einen Beitrag zu einem erhöhten KonsumentInnenbewusstsein hinsichtlich regionaler Lebensmittel.
- **Wissen, was drin' ist und wo's herkommt**
Durch den direkten Kontakt mit den LandwirtInnen, wissen die KüchenleiterInnen, unter welchen Bedingungen das Lebensmittel produziert wurde.

Projektentwicklung

Über Befragungen von Vertretern aus der Praxis werden Maßnahmen für eine stärkere Vernetzung von Großküchen und Produzenten aufgezeigt. In Zusammenarbeit mit Pilotbetrieben werden ausgewählte Maßnahmen in der Praxis umgesetzt.

Abbildung 8-18: Projektfolder - Innenseite

8.9 Tischkarte Nr. 1 für Pilotbetriebe



Für mehr regionale Lebensmittel in Oberösterreichs Großküchen!

Ziel des Projekts „Kurzschluss“ ist es, landwirtschaftliche ProduzentInnen mit Betrieben der Gemeinschaftsverpflegung in Oberösterreich zu vernetzen.

Warum?

- Klimafreundliche Ernährung durch kurze Transportwege der Lebensmittel!
- Durch den direkten Kontakt mit ProduzentInnen wissen die KüchenleiterInnen, unter welchen Bedingungen produziert wird.
- Lebensmittelabfälle verhindern! Im Falle eines Produktionsüberschusses sind Großküchen potenzielle Abnehmer der Lebensmittel.

Projektabwicklung

1. Durchführung von Befragungen ausgewählter ProduzentInnen und Großküchen-VertreterInnen zur Bedarfserhebung
2. Erstellung eines Maßnahmen-Katalogs: Wie können sich ProduzentInnen und Großküchen stärker vernetzen?
3. Umsetzung konkreter Vernetzungsmaßnahmen in die Praxis!



Klarer Vorteil:

***Wissen,
was drin' ist und
wo's herkommt!***





Abbildung 8-19: Tischkarte Nr. 1, Seite 1



Großküchen als Abnehmer von Produktionsüberschüssen

Aus verschiedensten Gründen ist seitens landwirtschaftlicher ProduzentInnen ein Überangebot an Obst und Gemüse vorhanden. Dieses Überangebot führt dazu, dass bereits produzierte Lebensmittel nicht mehr verkauft und infolge dessen weggeworfen werden müssen – hier setzt das Projekt „Kurzschluss“ an!

Warum entsteht ein Überangebot?

- Optimale Witterungsbedingungen (bei Gemüse Ertragschwankungen von bis zu 30 %)
- Qualitätsmängel oder nicht handelsgerechte Größenklassen: Lebensmittel werden nicht abgekauft
- Aufgrund der vergleichsweise hohen Lohnkosten am Produktionsstandort Österreich kann es dazu kommen, dass die Erntekosten die Einnahmen übersteigen.
- Sind vor bzw. nach den vertraglich vereinbarten Lieferzeiträumen mit dem Handel bereits Lebensmittel vorhanden, werden diese nicht abgenommen.

Vom Überschussproblem besonders betroffen sind:

Salatgewächse



Zucchini



Gurken



Paradeiser



Fotos: BMLFUW, Europäische Kommission, RMA





Initiative zur Erreichung einer umweltverträglichen nachhaltigen Ressourcenbeschaffung
Ressourcen Management Agentur

Abbildung 8-20: Tischkarte Nr. 1, Seite 2

8.10 Tischkarte Nr. 2 für Pilotbetriebe



Foto: Europäische Kommission

Schmackhaft, frisch und gut für die Umwelt - Lebensmittel aus der Region

Lebensmittel aus der Region liegen voll im Trend! Denn immer mehr KonsumentInnen achten darauf, wo ihre Lebensmittel herkommen und wie diese produziert werden. Die Vorteile liegen auf der Hand:

Schmackhaft, da der Geschmack sich bei ausgereiften Lebensmitteln optimal entfaltet.

Frische aufgrund der kurzen Transportwege zwischen Feld und KonsumentIn.

Gut für die Umwelt, da heimische Lebensmittel aufgrund der Nähe des Produktionsortes für einen niedrigeren Energie- und Ressourcenverbrauch sorgen.



Foto: Europäische Kommission

REGIONALITÄT auch in unserer Großküche

Nicht nur im privaten Haushalt, sondern auch in der Großküche wird verstärkt auf eine inländische Herkunft der eingesetzten Lebensmittel geachtet. Das Projekt „Kurzschluss“ unterstützt diesen Trend, indem landwirtschaftliche ProduzentInnen mit Großküchen direkt vernetzt werden.



Fotos: RMA




Abbildung 8-21: Tischkarte Nr. 2, Seite 1



Foto: Europäische Kommission

ProduzentIn und Großküche - eine Vernetzung mit vielen Vorteilen

Das Projekt „Kurzschluss“ zeigt: Eine direkte Vernetzung von landwirtschaftlichen ProduzentInnen und Großküchen ist für beide Seiten mit vielen Vorteilen verbunden!



Foto: RMA

Produzent beliefert Großküche persönlich mit frischem Kopfsalat

Transparenz:
100 % Regionalität und Saisonalität ist gewährleistet.

Frische & Qualität:
KüchenleiterInnen schätzen besonders die Frische und die Qualität der von den ProduzentInnen gelieferten Lebensmittel.

Betriebswirtschaftlich:
ProduzentInnen und Großküchen ziehen einen betriebswirtschaftlichen Vorteil aus der Vernetzung aufgrund guter Preise und sicherem Absatz.

Haben „hässliche“ Lebensmittel bei Ihnen eine Chance?

Unförmige Erdäpfel, zu kleine Äpfel und krumme Gurken - ein großer Anteil (25 %) der weggeworfenen Mengen an frischem Obst und Gemüse entfällt auf den landwirtschaftlichen Betrieb. Die Gründe sind unter anderem die strengen Qualitätsvorgaben des Handels hinsichtlich Gewicht, Form, Größe etc. Helfen Sie mit, diese Lebensmittelverschwendung zu reduzieren und kaufen Sie nicht-handelsgerechte Produkte direkt ab Hof!



Foto: Caritzko

Auch krumme Gurken außerhalb der Norm schmecken!

¹Leibetseder, M. (2012): Lebensmittelabfälle in der landwirtschaftlichen Produktion - Abschätzung des Verlusts von Obst und Gemüse in der Landwirtschaft und während des Transportes zum Händler. Masterarbeit. Universität für Bodenkultur, Wien.

Abbildung 8-22: Tischkarte Nr. 2, Seite 2

9 Literaturverzeichnis

Atteslander, P. (2010) Methoden der empirischen Sozialforschung. 13. Auflage. Hrsg. v. Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG. Berlin.

Beer-Borst, S. (2008) Festlegung einer Arbeitsdefinition für den Forschungsgegenstand "Gemeinschaftsgastronomie". Forschungsgruppe "Good Practice - Gemeinschaftsgastronomie". Berner Fachhochschule. Fachbereich Gesundheit. Bern.

Bortz, J.; Döring, N. (2002) Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler. Berlin, Heidelberg, New York.

Daxbeck, H.; Brauneis, L.; Lixia, R.; Köck, B.; Ehrlinger, D. (2013) Erfassung der Speisepläne und Rohstoffverbräuche - Endbericht. Ressourcen Management Agentur (RMA). Initiative zur Erforschung einer umweltverträglichen nachhaltigen Ressourcenbewirtschaftung. Umsetzung der Nachhaltigkeit in Großküchen unter besonderer Berücksichtigung von regionalen, saisonalen, biologischen Lebensmitteln und frisch zubereiteten Speisen - Nachhaltiger Speiseplan. Projekt UMBESA. Wien.

Gustavsson, J.; Cederberg, C.; Sonesson, U.; van Otterdijk, R.; Meybeck, A. (2011) Global Food Losses and Food Waste. Swedish Institute for Food and Biotechnology (SIK) and Food and Agriculture Organization of the United Nations. Extent, Causes and Prevention. Study conducted for the International Congress SAVE FOOD! at Interpack2011 Düsseldorf, Germany. Gothenburg, Sweden/Rome, Italy.

Leibetseder, M. (2012) Lebensmittelabfälle in der landwirtschaftlichen Produktion – Abschätzung des Verlusts von Obst und Gemüse in der Landwirtschaft und während des Transportes zum Händler. Masterarbeit. Universität für Bodenkultur. Institut für Abfallwirtschaft. Wien.

SDI-Research Dr. Villani & Partner KG (s.a.) Persönliche Befragungen - CAPI und P&P Marktforschung. <http://www.sdi-research.at/forschung/marktforschung/umfragen.html>. 1.7.2015.

Stuart, T. (2009) Waste - uncovering the global food scandal. Penguin Books, London.