

Kompakte Zusammenfassung der Ergebnisse Fokusgruppen

Febr. 2024

Bettina Dreiseitl-Wanschura, Projektleitung

Prof. Dr. Enno Bahrs, Matthias Eichhorn, Dr. Armin Geisinger, Dr. Jost-Frederik Wendt,

Institut für Landwirtschaftliche Betriebslehre, Universität Hohenheim



Ein Projekt im Rahmen der Europäischen Innovationspartnerschaft „Landwirtschaftliche Produktivität und Nachhaltigkeit“ (EIP-AGRI)

Fokusgruppen zu den Themen Kantinen, Wertschöpfungskette und Erzeugerbetriebe

Die drei Fokusgruppen wurden im Januar und Februar 2024 mit geladenen Expert*innen durchgeführt. Die Teilnehmenden stammten zum großen Teil aus der Bodenseeregion. Da es regional keine Verarbeitungsbetriebe gibt, wurden für diesen Sektor Personen gesucht, die außerhalb der eigentlichen Projektregion tätig sind. Für die jeweils ca. 15 Personen wurden an 3-4 Tischen dieselben Fragen gestellt, um danach eine Vergleichbarkeit herzustellen. In diesem Kurzbericht sind die Ergebnisse aller Fokusgruppen thematisch sortiert.

Insgesamt konnten mit den Beiträgen der Teilnehmenden wertvolle Erkenntnisse für die weitere Arbeit im Projekt gewonnen werden, wofür wir uns ausdrücklich bedanken.

Saisonalität

- „Dritte Menü-Linie“ → Überproduktion, die eventuell günstig erworben werden kann in einem Überraschungsmenü verarbeiten
- Saisonkalender für die Menüs
- Verlässliche B-Partner → Überschuss an Karotten/Kürbissen in bestimmten Monaten → Kantine könnte Rezeptur auf diese Produkte ausrichten → Saisonalität der B-Ware
- Saisonalität in den Menüplan bringen, begleitet mit entsprechender Kochausbildung (die vier Kulturen – Möhre, Kürbis, Linse, Kartoffel – sind über ein halbes Jahr konstant verfügbar). Vorteil für Erzeuger: weniger Lagerkosten und Unsicherheiten wie Verluste.

Verarbeitung / Vorverarbeitung

- In der Region Bodensee fehlt eine entsprechende Vorverarbeitung von Gemüse
- Wo und wie findet Bündelung statt? Logistikbündelung bzw. das Teilen von Logistik (z.B. LKW) für die Direktvermarktung wären sinnvoll
- Neue Kollaborationen innerhalb der Wertschöpfungskette schaffen (Erzeuger auch Verarbeitung übernehmen, Renaissance von Genossenschaften)
- Transparenz → schwieriger je weiter Produkt verarbeitet ist
- Mehr Gemüseverarbeitung im Bodenseeraum ist dringend nötig

Bündelung / Logistik

- Optimiertes Schnittstellenmanagement entlang der Wertschöpfungskette
- Gastronomie/Kantinen können u. a. als Initiatoren agieren und bewirken, dass sich die Wertschöpfung von den Landwirt*innen und Bündlerbetrieben bis zu den Verarbeitungsunternehmen und Großhandel für mehr (regionales) Bio Außer-Haus entwickelt.

Beschaffung

- AHV muss Preise ausgleichen
- Zentrale Beschaffung negativ für Flexibilität
- Kooperation zwischen Einrichtungen → z.B. gemeinsame Bestellung von vorbearbeiteten Lebensmitteln
- Landeskantinen müssen flexibler sein bzgl. Preisvolatilitäten; dann sind sie auch für Lieferanten attraktiver, wenn nicht so starr.
- Liefermengen / Logistik
- Für Kantinen ist besonders die Liefermengensicherheit wichtig → noch wichtiger als der Preis

- Aus Sicht der Kantinen ist die Verbesserung der Logistik nötig (z.B. 2 Standorte aber nur einer kann logistisch gesehen von einem Lieferanten beliefert werden, anderer benötigt anderen Lieferanten)
- Zentralisierung (z.B. Einkauf, Rezeptur...)

Bio und Regional

- Kooperation zwischen AHV und Solawi; Problem der Mengen- bzw. Liefersicherheit besonders für Spezialkulturen
- Förderung Regionaler Wertschöpfungsketten durch Logistik zum Unkostenpreis ohne weitere Preisaufschläge für Logistik und Risikobewertungen
- Konzeptförderung für mehr Bio regio für einzelne WSK? Ggf. gepaart mit WSK-Managern

Profil Großhändler

- Zuverlässige Partnerschaften stärken, Fokus muss auf regionaler Ware sein; natürlich muss er auch etwas mehr als regionale Ware haben; individuellere Betreuung der Produzenten wird erwartet.

Ausschreibungen

- Eventuell flexibler gestalten (z.B. nur Menge für ein Jahr festlegen und Preis kann variabel gestaltet werden)
- Mehr gesetzliche Vorgaben bei kommunalen Ausschreibungsbedingungen → v.a. bei Schulen eventuell besser, aber: Schüler/innen und Eltern reagieren sehr preissensibel
- Möglichkeiten der Herkunftsangaben besser kommunizieren
- Veränderte (quartalsweise) Ausschreibungsbedingungen, die auch Saisonalität / Nachhaltigkeitsaspekte erlauben. Verbot für AHV-Einrichtungen von Warenbezug aus dem Ausland, wenn hier verfügbar; quartalsweise Preisverhandlungen.

Menüoptionen / Preis

- Fokus auf Aussehen oder wie fühlt sich das Essen im Magen an
- Ernährungskompetenz mehr in den Fokus rücken
- Nudging/ gutes Darstellen der Gerichte
- Kurze, niederschwellige Kommunikation
- Bei Gerichten mit gutem Absatz (Schnitzel mit Pommes oder Currywurst) mit bio/regional ansetzen
- Preise gleich gestalten
- Reden, Kommunikation, Transparenz → Mehrwert aufzeigen
- Auch Kommunikation und Transparenz bei Mitarbeitern schaffen
- Z.B. über Aktionswochen klar machen, was gemacht wird

Gemüseprodukte

- Frühzeitige Einschätzung der Ernteprognose einfach bei Kartoffeln und Karotten
- Gute Lagerbarkeit und Vorverarbeitung von Kartoffeln möglich > umfangreiche Lieferkontingente (Erzeugergemeinschaften) können zuverlässig erfüllt werden.
- Kürbis ist personalintensiv
- Linse ist das einfachste und sicherste Gemüse (verschiedene Meinungen)
- Linse ist in Höllwangen verfügbar

Kochen / Küche

- Aktionen wie Beschriftung z.B: „Fleisch aus nicht artgerechter Tierhaltung“ kommen teilweise bei Leitungen etc. nicht gut an
- Vegetarische Küche schmackhafter machen, denn Biofleisch ist teuer
- Ältere Köche oft alte Schule mit hohem Fleischanteil → Veränderung nötig
- Rezepte-Pool → Online-Tool für Rezepturen und Einkaufslisten
- Verwertung von „Resten“ und Warenverwendung am nächsten Tag
- Online-Anmeldung zum Essen → bessere Planung

Ambiente in Kantinen

- Aufwertungspotential des Ambientes der Kantinen für Kund*innen und Mitarbeiter*innen
- Mehr Wertschätzung des Mittagessens
- Leichter Mitarbeiter zu gewinnen durch attraktivere Kantinen
- Esskultur hervorheben → in der Produktion Zeit einsparen und bei der Essensausgabe nicht ganz so hektisch verfahren

Gesundheit

Kantinen dem **Betriebsarzt** unterordnen (Beispiel Daimler, Fokus auf Gesundheit der Kantinengäste und Angestellten). Leuchtturmfunktion von Führungskräften oder Testimonials; günstigstes Gericht ist fleischlos > Zutaten können potentiell in Bioqualität beschafft werden.

Vermittlung, Bewußtseinsbildung, Bildung / Werbung

- Transformation und Bildung, Erziehung etc. → Sommergarten kann gepachtet werden und Landwirt unterstützt bei der Produktion → für große Gruppen öffnen (Schulen, Kindergärten etc.)
- Bauernhofbesuche → großer Einfluss auf Wissen von Schüler*innen
- Ziel ist über den Ursprung von Produkten erklären zu können und landwirtschaftliche Höfe zu besuchen; Höfe-Tag und Endkonsumentenbesichtigungen
- Schulen/Kinder → früh beginnen mit Bildung (z.B. Koch-AG, Küchendienst in Mensa inkl. kochen)
- Kommunikation in einfachen Bildern → Zeit, Qualität, Geld
- Emotionen → örtliche Lieferanten in Aktionswochen besuchen/ Werbung mit Bildern und Symbolen
- Aktionstage → Planung sehr personalintensiv → deshalb zentrale Bereitstellung zur Kommunikation hilfreich
- Storytelling: „Geschichte“ in WSK erzählen (Herkunft vom Bodensee, Verarbeitung der B-Ware, Innovationen, Mehrwert schaffen, ...), ev. dadurch höhere Preise möglich.

Wettbewerb:

- AHV → Bronze, Silber, Gold → Transparenz und Förderung des Wettbewerbs
- AHV → Planungssicherheit durch harte Regulation

Landespolitik

- Ausschreibungspflicht muss überdacht werden → Es kann nicht EU-weit ausgeschrieben werden, wenn Regionalität gewünscht wird
- Zertifizierung → Label/Werbung während Umstellungsphase sollte möglich sein; bei Landwirtschaft kann Umstellungsphase kommuniziert werden; bei AHV ist keine Werbung möglich; Ziele wäre Erstellung eines Labels für die Umstellungsphase

Innovationen

- Innovationen ausarbeiten und kommunizieren; z.B. Rote-Bete-Tagliatelle (Verwendung der Schale, getrocknet) oder „Bodensee-Pommes“
- Innovationsscouts, also Personen, die gezielt nach Innovationen suchen, wäre sinnvoll

Kooperationen

- Branchenvereinbarung zwischen Bio-Verbänden → Verbandsware → bessere Mengensicherheit für Abnehmer und bessere Vermarktung für Bioproduzent*innen
- Vertrauensvolle Zusammenarbeit und Verbindlichkeit über Jahre zwischen Produzent*innen und Handel (z.B. mit Firma Feneberg); Betriebskooperationen zwischen Produzent*innen zum Ausgleich von Ernteaufällen

Digitalisierung

- Plattform → auch inkl. Logistik und für B-Ware
- Risiken von Produzent*innen sollten auch vermehrt von anderen Mitgliedern der WSK übernommen werden. Wie das zu realisieren wäre, ist zu klären.