

# Nachhaltige Lebensmittel auf Veranstaltungen

Ein Praxisleitfaden für Leutkircher Veranstalter



# Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	3
Zielfestlegung.....	5
Vorbilder und Pioniere.....	19
Bestandsaufnahme .....	6
Planung & Umsetzung.....	8
Frühzeitige Einbindung von Partnern.....	8
Schrittweise Umstellung mit klar terminierten Zielen .....	8
Preisobergrenzen.....	8
Kennzeichnung und Auslobung.....	9
Bio-(Event-)Zertifizierung.....	11
Risikoanalyse, Präventionsmaßnahmen und Unterstützungsangebote.....	11
Weitere Anregungen .....	13
Lieferanten und Caterer finden .....	14
Lieferanten.....	14
Caterer und Standbetreiber.....	15
Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation .....	16
Partnerorganisationen und Multiplikatoren .....	16
Mögliche Maßnahmen zur Bewerbung des Angebots im Vorfeld .....	17
Mögliche Maßnahmen zur Bewerbung des Angebots während der Veranstaltung .....	17
Auslobung des Lebensmittelangebots .....	17
Auszeichnung besonders nachhaltiger Angebote.....	17
Erfolgskontrolle und Evaluation .....	19
Erfolgskontrolle.....	19
Evaluation und Dokumentation .....	19
(Weiterführende) Literatur .....	21
Impressum.....	23

# Grußwort



Liebe Leutkircher Veranstalterinnen und Veranstalter,

Sie machen über das ganze Jahr unsere Stadt und unsere Ortschaften zu einem lebendigen Zentrum für zahlreiche Feste und Veranstaltungen – und damit zur attraktiven Gastgeberin für viele Einheimische sowie Besucherinnen und Besucher aus Nah und Fern. Von diesem ehrenamtlichen Engagement lebt Leutkirch. Feste wie die Fasnet oder das Kinderfest haben in Leutkirch eine lange Tradition und sind fest mit unserer regionalen Kultur verbunden. Andere Feste wie das Altstadt-Sommerfestival (ALSO) sind zwar noch jünger, zeigen aber dennoch die Besonderheiten unserer Region und der jeweiligen Jahreszeit.

Geprägt von diesen Besonderheiten sind auch unsere Esskultur und die regionale Küche – das zeigen beispielsweise Allgäuer Käsespätzle und Krautkrapfen. Die Veranstaltungen im Rahmen des Forschungsprojekts KERNiG, an dem sich die Stadt seit 2016 beteiligt, haben eindrücklich gezeigt: Vielen Leutkircherinnen und Leutkirchern sind die Stärkung der regionalen Versorgung und Gastronomie und der Erhalt der bäuerlichen Landwirtschaft bei gleichzeitigem Schutz von Klima, Umwelt und Natur ein wichtiges Anliegen. Was liegt also näher, als die Vielfalt der landwirtschaftlichen Erzeugnisse und Spezialitäten unserer Region auch auf den Leutkircher Festen zu zelebrieren?

Nach dem Motto „Regionale Lebensmittel für regionale Feste“ hat sich die Stadt Leutkirch im Oktober 2017 deshalb neben einigen anderen auch das Ziel gesetzt, das Angebot an regionalen, saisonalen und biologischen Speisen und Getränken auf Leutkircher Festen zu steigern. Wir begreifen diese Initiative als Chance, die regionalen Strukturen für eine gesunde, umweltfreundliche und für alle Beteiligten faire Lebensmittelversorgung langfristig zu sichern – ganz im Sinne der Bio-Musterregion, zu der Leutkirch bzw. der Landkreis Ravensburg kürzlich von der Landesregierung ausgerufen wurde. Wir laden Sie ein, uns beim Erreichen dieses Ziels zu unterstützen!

Wenn Sie die folgenden Seiten durchblättern, erhalten Sie viele Anregungen und praktische Tipps, wie Sie den Gästen Ihrer Veranstaltung ein verlockendes und genussvolles Angebot machen können.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen viel Freude und Inspiration beim Lesen und Anwenden dieses Leitfadens!

Herzlichst Ihr  
**Hans-Jörg Henle**  
 Oberbürgermeister  
 Große Kreisstadt Leutkirch im Allgäu



# Vorwort

## Liebe Veranstalterinnen und Veranstalter in Leutkirch,

die Stadt Leutkirch hat sich im Rahmen Ihrer Beteiligung am Forschungsprojekt KERNiG das Gesamtziel gesetzt, in der Stadt eine Lebensmittelversorgung und Ernährung zu fördern, die umwelt- und klimafreundlich, wirtschaftlich tragfähig und für alle am Ernährungssystem Beteiligten fair ist. Im Rahmen eines nachhaltigen kommunalen Ernährungssystems spielt die Außer-Haus-Versorgung eine wichtige Rolle, denn immer mehr Menschen nehmen ihre Mahlzeiten in Kantinen, Restaurants, Imbissen usw. ein. Veranstalter, die auf ein gesundes und nachhaltiges Verpflegungsangebot achten, haben damit eine besondere Vorreiter- und Vorbildfunktion.

## Ziel der Stadt Leutkirch

Zu einem nachhaltigen Ernährungssystem in Leutkirch kann und soll daher insbesondere auch ein **nachhaltiges und gesundes Speisen- und Getränkeangebot auf Festen, Märkten, Festivals etc.** beigetragen. Daher hat der Leutkircher Gemeinderat in seiner Sitzung am 09.10.2017 einstimmig beschlossen, gemeinsam mit den jeweiligen Veranstaltern das Angebot von regionalen, saisonalen und ökologischen Lebensmitteln auf Leutkircher Veranstaltungen wie der Fasnet, dem Frühlings-, Kinder- sowie ALSO-Fest, dem Weihnachtsmarkt sowie den Jahrmärkten zu fördern. Damit wird angestrebt, auf den Zusammenhang zwischen unserer Ernährung und ihren Auswirkungen auf Umwelt und Klima aufmerksam zu machen. Zudem sollen regionale und ökologische Produktionsweisen gefördert und damit die regionale Wertschöpfung gestärkt werden.

## Vorteile für die Veranstalter

Nicht nur im Einzelhandel, auch bei Straßenfesten, Märkten, Konzerten oder Festivals legen

die Besucher immer mehr Wert auf nachhaltige und hochwertige Ernährung. Ein vielfältiges Angebot an regionalen und biologischen Speisen und Getränken erfüllt diese Erwartungen. Zudem steigert es das Qualitätsniveau einer Veranstaltung in der Regel deutlich. Die Umsetzung erhöht daher die **Zufriedenheit der Gäste** und trägt wesentlich zu einer Imageverbesserung bei. Dies wiederum führt mittel- bis langfristig zu **Umsatzsteigerungen**. Gleichzeitig können mit einer klugen Planung auch **Kosteneinsparungen** erzielt werden.

## Zweck des Leitfadens

Gegenüber einem nachhaltigeren Verpflegungsangebot bestehen vielerorts noch immer große Vorbehalte und Skepsis, z.B. hinsichtlich der damit verbundenen Kosten. Deshalb ist es entscheidend, dass Sie als Veranstalter sowie die Caterer und Standanbieter auf Ihrer Veranstaltung gut informiert sind und entsprechend fundierte Entscheidungen treffen. Der vorliegende Leitfaden soll Ihnen hierzu eine **Handreichung mit praxisnahen Hinweisen, Tipps und Ideen** bieten.

## Zielgruppe

Der Leitfaden richtet sich gleichermaßen an **Aktive in Vereinen und Verbänden sowie an MitarbeiterInnen der Stadtverwaltung**. Die Informationen und Tipps gelten sowohl für kleinere als auch für größere Veranstaltungen mit mehreren Zehntausend Besuchern.

Wenn Sie daran interessiert sind, die Ideen aus diesem Leitfaden umzusetzen oder Fragen haben, melden Sie sich gern bei den im Impressum genannten **AnsprechpartnerInnen**.

In diesem Sinne wünschen wir Ihnen **viel Freude und Inspiration beim Lesen und Anwenden** dieses Leitfadens!

# Zielfestlegung



Die Stadt Leutkirch hat sich mit den im Rahmen von KERNiG beschlossenen Zielen und Maßnahmen vorgenommen, die **Lebensmittelversorgung und Ernährung in Leutkirch nachhaltiger zu gestalten**. Das bedeutet, dass diese möglichst positive Auswirkungen auf Klima, Ressourcen, Artenvielfalt, aber auch auf soziale und wirtschaftliche Aspekte wie Löhne, Preise und Handelsbeziehungen, Arbeitsbedingungen sowie Tierwohl haben soll. Nachhaltige Ernährung hat also viele Facetten, entsprechend gibt es **vielfältige Strategien und Maßnahmen zur Umsetzung dieses Ziel im Rahmen von Veranstaltungen**. Grundsätzlich gilt aber: Jede Veranstaltung hat ihren eigenen Charakter und ihre eigene Geschichte, ihre eigene Zielgruppe sowie eigene Randbedingungen (z.B. hinsichtlich des Veranstaltungsorts oder des finanziellen Budgets). Daraus lassen sich entsprechend eigene Schwerpunkte für ein nachhaltiges Essen- und Getränkeangebot ableiten. Die Erfahrung aus anderen nachhaltig organisierten Veranstaltungen zeigt, dass dabei vor allem eines **wichtig** ist: **Sie sollten Leitprinzipien und übergeordnete Ziele für die nachhaltige Verpflegung ihrer BesucherInnen festlegen, die zu Ihnen als Veranstalter und zu ihrer Veranstaltung passen und mit denen Sie sich identifizieren können**. Nur dann werden Sie und Ihre Mitarbeitenden bzw. MitorganisatorInnen auch nach außen eine Botschaft kommunizieren können, die von den BesucherInnen als authentisch und überzeugend wahrgenommen wird. Glaubwürdiges Engagement sichert Ihnen nicht nur eine gute Außenwirkung und damit langfristig auch mehr BesucherInnen, sondern erhöht auch die Wahrscheinlichkeit, dass die

BesucherInnen die Ideen einer nachhaltigen Ernährung mit nach Hause nehmen und beginnen, sie selbst zu leben und weiterzutragen.

Wenn Sie noch nicht genau wissen, wie Sie ihr Speisen- und Getränkeangebot verändern, welche Schwerpunkte Sie dabei setzen möchten oder wo sie anfangen sollen und sich fragen, wie Nachhaltigkeit im Bereich der Ernährung konkret aussehen kann, können Ihnen folgende Tipps zum nachhaltigen Essen und Trinken eine **erste Orientierung** bieten<sup>1</sup>:

- Überwiegend pflanzliche Lebensmittel<sup>2</sup> einsetzen, also den Einsatz tierischer Produkte reduzieren, z.B. durch mehr vegetarisch-vegane Gerichte im Angebot
- Lebensmittelverschwendung minimieren, z.B. durch das Anbieten kleiner Portionsgrößen (mit Möglichkeit für Nachschlag)
- Ökologische und/oder fair gehandelte Lebensmittel sowie Fisch und Fischprodukte aus nicht-gefährdeten Beständen beziehen: Lebensmittel, deren Produktionsbedingungen ich kenne
- Regionale Rohwaren, Produkte und Getränke einkaufen: Lebensmittel, deren Herkunft ich kenne und die nicht weit transportiert wurden
- Saisonale Lebensmittel einkaufen: Lebensmittel, die der Saison entsprechend und nicht lange gelagert wurden

Ausführliche Informationen, wie ein nachhaltiges Speisen- und Getränkeangebot im Rahmen von Veranstaltungen ausgebaut werden kann, finden Sie auf den folgenden Seiten.

<sup>1</sup> Diese Tipps zum nachhaltigen Essen und Trinken (siehe auch <https://www.rosenfluh.ch/media/ernaehrungsmedizin/2017/02/FOODprints-Tipps-zum-nachhaltigen-Essen-und-Trinken.pdf>) lei-

ten sich ab aus einer Schweizer Studie zur Berechnung von Reduktionspotenzialen für die ernährungsbedingte Umweltbelastung, siehe Anhang. <sup>2</sup> Gemüse, Früchte, Getreide, Kartoffeln und Hülsenfrüchte

# Bestandsaufnahme



Wenn Sie das Verpflegungsangebot einer Veranstaltung verbessern wollen, die schon seit einiger Zeit in regelmäßigem Abstand stattfindet, ist es empfehlenswert, sich vor der Planung und Durchführung einzelner Umsetzungsschritte zunächst einen **Überblick über das bisherige Speisen- und Getränkeangebot auf Ihrer jeweiligen Veranstaltung zu verschaffen**. Dies ist nicht nur wichtig für die Beurteilung des aktuellen Zustands, sondern dient im weiteren Verlauf des Prozesses vor allem auch **als Basis für eine kontinuierliche Verbesserung bei der Erreichung Ihrer Ziele**. Bei der Erhebung der Ausgangssituation können Sie sich an folgenden Fragen orientieren:

**Herkunft und Lieferanten:** Liegen Informationen darüber vor, von welchen Erzeugern die bisher angebotenen Lebensmittel kommen bzw. über welche Zwischenhändler sie bezogen werden? (siehe hierzu auch Kapitel „Lieferanten und Kooperationspartner“)

**Qualitätsbewertung des bisherigen Angebots:** Falls bereits regionalen, saisonalen und/oder biologischen Komponenten, Zutaten und/oder Gerichte/Menüs zubereitet werden: Liegen Informationen darüber vor, wie das Angebot von den Gästen in der Vergangenheit bewertet wurde?

**Anteil nachhaltiger Lebensmittel:** Wird der prozentuale Anteil an regionalen, saisonalen, biologischen sowie fair gehandelter Lebensmittel am Gesamtangebot bzw. an einzelnen Produktgruppen bereits erfasst? Falls ja, wie hoch ist er? Liegen Informationen darüber vor, wie das Verhältnis zwischen fleischfreien und fleischhaltigen Gerichten ist?

## Auswahl der Caterer bzw. Standbetreiber

- Nach welchen Kriterien wurden die Caterer bzw. Standanbieter bisher ausgewählt? Wurde dabei lediglich das Speisen- und Getränkeangebot in Bezug auf den jeweiligen Caterer betrachtet, oder das Angebot auf der Veranstaltung insgesamt? Wurde beispielsweise darauf geachtet, dass jeder Anbieter bzw. auf der Veranstaltung insgesamt vegetarische/vegane Alternativen angeboten werden? Wurden bei der Beurteilung des Gesamtangebots die Standards der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE) berücksichtigt?
- Gab bzw. gibt es mehrere Caterer/Standanbieter, aus denen ausgewählt wurde?
- Gibt es langfristige Verträge mit Caterern/Standanbietern?
- Welche rechtlichen Rahmenbedingungen mussten/müssen bei der Auswahl der Caterer bzw. Standanbieter berücksichtigt werden?

**Zusatzmaßnahmen:** Wie sind die bisherigen Veranstaltungen hinsichtlich weiterer Nachhaltigkeitskriterien, die im Gastronomiebereich relevant sind, zu beurteilen?

- **Geschirr:** Wurde Einweg- oder Mehrweggeschirr (bspw. mit Pfandmarken) verwendet?
- **Kochsystem:** Welche(s) Kochsystem(e) kamen zum Einsatz – ein gas- oder strombasiertes? Gas ist bspw. effizienter und häufig auch umweltfreundlicher als Strom<sup>3</sup>.
- **Verpflegungssystem:** Welches der verschiedenen Verpflegungssysteme wurde genutzt – Kühlkostsystem (Cook & Chill), Warmverpflegung (Cook & Hold) oder

<sup>3</sup> Ein Elektroherd nutzt aufgrund von Umwandlungsverlusten nur 30 Prozent der eingesetzten Primärenergie, ein Gasherd dagegen 58 Prozent. Siehe

auch <https://www.die-stromsparinitiative.de/beratung/haeufige-fragen-und-antworten/energiesparen-beim-kochen/index.html>

Frischkostsystem (Cook & Serve)<sup>4</sup>? Auch dies ist relevant für den Energieverbrauch sowie die Qualität der angebotenen Speisen: Geringe Warmhaltezeiten sparen Energie und erhöhen in der Regel die Qualität der Speisen.

- **Lebensmittelverluste:** Gibt es Informationen darüber, wieviel Lebensmittelabfälle entstanden sind? Die Vermeidung von Lebensmittelabfällen bietet einen wichtigen Ansatzpunkt für eine nachhaltige Verpflegung – wie sie beim Catering gelingen kann, zeigt ein [Leitfaden des Umweltbundesamtes](#)<sup>5</sup> mit vielen praktikablen und einfach umsetzbaren Tipps.
- **Abfall:** Wurde auf ein – sowohl für Caterer/Standbetreiber als auch BesucherIn-

nen – deutlich erkennbares Mülltrennungssystem geachtet, insbesondere um die Restmüllmenge zu reduzieren? Wurden Maßnahmen ergriffen, um die Menge an Umverpackungen<sup>6</sup> zu reduzieren, bspw. durch Großgebilde? Gab es Anreize für Caterer/Standbetreiber für die Reduzierung von Abfall?

**Hinweis:** Die Frage nach dem Umgang mit Energie und Abfall kann entscheidend für die finanzielle Machbarkeit Ihrer Ziele sein – ein **durchdachtes Energie- und Abfallmanagement** kann **erhebliche Kosteneinsparpotenziale** bieten, mit denen die potentiellen Mehrkosten für regionale, saisonale und ökologische Lebensmittel im Rahmen einer Mischkalkulation kompensiert werden können.

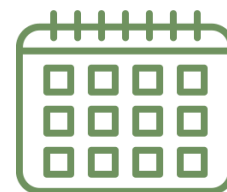
---

<sup>4</sup> Weitere Informationen zu den unterschiedlichen Verpflegungssystemen erhalten Sie unter <http://toruspak.com/verpflegungssysteme-im-vergleich-cook-serve-cook-chill-oder-high-convenience/>

<sup>5</sup> <https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/leitfaden-vermeidung-von-lebensmittelabfaellen-beim>

<sup>6</sup> Umverpackungen werden zusätzlich zu Verkaufsverpackungen verwendet und sind nicht aus Gründen der Hygiene, der Haltbarkeit oder des Schutzes der Ware vor Beschädigung oder Verschmutzung für die Abgabe an den Endverbraucher erforderlich.

# Planung & Umsetzung



Das Angebot regionaler, saisonaler und ökologischer Lebensmittel soll auf Veranstaltungen in Leutkirch erweitert werden – dies hat der Gemeinderat in seiner Sitzung am 09.10.2017 einstimmig beschlossen. Der Fokus dieses Kapitels liegt daher auf entsprechenden Strategien und Maßnahmen, um dieses Ziel zu erreichen.

## Frühzeitige Einbindung von Partnern

Es ist wichtig, **Caterer bzw. Standanbieter als Veranstaltungspartner** zu **verstehen** und sie frühzeitig in die Planung des gastronomischen Konzepts einzubinden. Erklären Sie ihnen, warum Sie Wert auf eine qualitativ hochwertige Verpflegung mit regionalen, saisonalen und/oder biologischen Lebensmittel legen, kommunizieren Sie klar Ihre Ziele und Vorgaben und halten Sie diese schriftlich in Form von Verträgen fest. Versuchen Sie, dabei die Vorteile und Potenziale eines solchen Verpflegungskonzepts zu vermitteln. Auch sollten Sie frühzeitig relevante essentielle **Partnerorganisationen und Multiplikatoren** in Ihre Planungen **einbinden**, um Fürsprecher für Ihre Ziele und Ihr Konzept zu gewinnen.

## Schrittweise Umstellung mit klar terminierten Zielen

Viele Caterer und Standanbieter haben bereits etablierte Handelsbeziehungen mit ihren jeweiligen Lieferanten sowie lang erprobte und eingespielte Arbeitsabläufe. Deswegen werden nur wenige in der Lage oder gewillt sein (wenn sie es nicht bereits getan haben), von heute auf morgen auf 100% regional, saisonal, biologisch umzustellen. Auch wenn es sinnvoll ist,

dieses ambitionierte Langzeitziel zu definieren, ist es daher **einfacher, schrittweise vorzugehen und einzelne Produktgruppen nach und nach umzustellen**, d.h. Teilziele festzulegen. Dies ist leichter umsetz- und kontrollierbar als das Ziel oder die Vorgabe, einen bestimmten Anteil der insgesamt eingesetzten Waren in regionaler Bio-Qualität zu beziehen. Sie können dazu beispielsweise die Vorgabe machen, zunächst mit Produkten bzw. Rohwaren zu beginnen, die häufig in der Region Leutkirch angebaut bzw. hergestellt werden (z.B. Äpfel, Brot, Käse), oder bei denen die Preisdifferenz vergleichsweise gering ist, z.B. für Milch, Molkereiprodukte, Brot, Kartoffeln oder Getreide. Für die jeweiligen Teilziele sollten **klare zeitliche Fristen** definiert werden und diese allen Beteiligten gegenüber klar kommuniziert werden. Erweitern Sie beispielsweise das Bewerbungsformular für Standanbieter um einen entsprechenden Hinweis und bitten Sie die Bewerber um eine kurze Darstellung ihres Konzepts, wie sie die Vorgaben erreichen wollen.

## Preisobergrenzen

Eine wirksame Strategie, um stark steigende Kosten durch die Verwendung bio-regionaler Lebensmittel zu verhindern, sind **Preisobergrenzen für Tellergerichte**. In der Regel **führen** diese zudem **automatisch zu saisonalen sowie fleischarmen/vegetarischen Gerichten** und sind ein zusätzlicher Anreiz, um die Lebensmittelverluste durch eine Optimierung der Speisemengen zu minimieren. So wird beispielsweise beim Münchener Tollwood Festival gemeinsam mit den GastronomInnen eine Preisgrenze festgelegt, die viele Jahre bei 7-8 Euro lag.<sup>7</sup>

<sup>7</sup> An den Berliner Grundschulen führte ein vorgeschriebener Bio-Mindestanteil von 15% zusammen mit einem vorgegebenen Festpreis von 3,25 Euro

pro Tellergericht zu einem Qualitätswettbewerb zwischen den Cateringunternehmen und damit zu einem Anstieg des Bio-Anteils auf über 40%.



## Kennzeichnung und Auslobung

Folgende Kennzeichnungen können genutzt werden, um leicht nachhaltige Lebensmittelprodukte zu beziehen und auszuloben:

### Ökologische Lebensmittel

Bei der schrittweisen Umstellung einzelner Produktgruppen auf Bio-Qualität sollten die unterschiedlichen im deutschen Öko-Landbaugesetz für die Gastronomie definierten Auslobungsvarianten beachtet werden:



- **Bio-Speise:** Ein komplettes Gericht (z.B. Bio-Lasagne) darf dann mit „bio“ gekennzeichnet werden, wenn mindestens 95% der landwirtschaftlichen Zutaten aus biologischem Anbau stammen.<sup>8</sup>
- **Bio-Komponenten:** Hauptkomponenten wie Schnitzel oder Beilagen, z.B. Spätzle, können einzeln als „bio“ ausgelobt werden. In diesem Fall müssen alle für diese Komponenten und ihre Zubereitung verwendeten Zutaten zu 100% „bio“ sein.
- **Bio-Zutaten:** Hierbei werden ausschließlich (Roh-)Produkte, wie z.B. Eier, Kartoffeln oder Rindfleisch aus ökologischer Landwirtschaft verwendet.



Hinweis: Das EU-Bio-Logo darf in der Gastronomie bzw. gesamten Außer-Haus-Verpflegung nicht verwendet werden, da die entsprechenden gesetzlichen Regelungen in den EU-Mitgliedsstaaten national unterschiedlich sind.

### Regionale Lebensmittel

Für die Außer-Haus-Verpflegung existieren bislang keine vergleichbaren Kennzeichnungsmöglichkeiten für regionale Lebensmittel. Den-

noch besteht für Sie als Veranstalter die Möglichkeit, von den Caterern oder Standanbietern die aus dem Einzelhandel bekannten Nachweise zur regionalen Herkunft der angebotenen Speisen und Getränke zu verlangen. Hierfür bieten sich verschiedene Möglichkeiten an:

**Zeichen der Regionalinitiativen:** Zusammenschlüsse kleinerer Erzeuger, Verarbeiter und Gastronomen sowie oftmals naturschutzfachlicher und kirchlicher Verbände in einer Region, die ihre regionalen Lebensmittel gemeinsam vermarkten. Die Anforderungen an die regionale Herkunft und besondere Qualitäten sowie die Kontrollregeln legen die einzelnen Regionalinitiativen selbst fest. Bekanntes Beispiel in Leutkirch ist die „Landzunge“. Eine Übersicht über Regionalmarken in der Umgebung und deren Kriterien bietet das [RegioPortal](http://regioportal.regionalbewegung.de)<sup>9</sup>.



**Geschützte Ursprungsbezeichnung:** Das EU-Kennzeichen "geschützte Ursprungsbezeichnung" (g.U.) gibt eindeutig Auskunft über die Herkunft: hier stammen die Rohstoffe aus der

angegebenen Region und wurden auch dort verarbeitet. Mit dem Siegel der „Geschützte geografische Angabe“ (Logo in blau) gekennzeichnete Produkte müssen hingegen nur in einer Stufe (Erzeugung, Verarbeitung oder Herstellung) produziert worden sein.

**Qualitätszeichen Baden-Württemberg oder anderer Bundesländer:** Das Qualitätszeichen bzw. das Bio-Zeichen Baden-Württemberg bescheinigen, dass die für die Produktherstellung verwendeten Rohstoffe zumindest teilweise



<sup>8</sup> Die restlichen Zutaten dürfen nur dann aus konventioneller Erzeugung stammen, wenn sie in der entsprechenden Positivliste der Durchführungsverordnung zur EG-ÖKO-VO aufgeführt sind.

<sup>9</sup> <http://regioportal.regionalbewegung.de/initiativensuche>

aus Baden-Württemberg stammen. Weitere Informationen dazu [hier](#)<sup>10</sup>. Die Kriterien unterscheiden sich jedoch stark zwischen den jeweiligen Bundesländern.

**Regionalfenster:** Zeigt die Herkunftsregion, den Verarbeitungsort, den Anteil der verwendeten Zutaten sowie die Kontrollstelle an. Die damit gekennzeichneten Lebensmittel können jedoch bundesweit vermarktet werden, sodass das Regionalfenster keine Garantie für ein regionales Lebensmittel ist. Achten Sie bei den Angaben daher auf eine möglichst eingrenzbar Region, also z.B. Bodenseeregion oder Oberschwaben.



**Angabe des Erzeugers oder einer klar abgrenzbaren Region:** Bei unverarbeiteten Lebensmitteln wie etwa Kartoffeln, Erdbeeren oder Spargel sollte der Erzeuger mit seiner Adresse oder zumindest dem Ort oder eine konkrete Region wie „Oberschwaben“ genannt sein.

### Fair gehandelte Lebensmittel

Als Veranstalter sollten Sie darauf achten, dass die angebotenen Produkte, die nicht in der Region angebaut werden können – z.B. Kaffee, Tee oder Schokolade – soweit wie möglich aus fairem Handel stammen. Diese können mit den aus dem Einzelhandel bekannten Siegeln ausgelobt werden: das Fairtrade Logo, Hand in Hand Rapunzel, WFTO, Naturland Fair etc. Weitere Informationen zu FairTrade im Außer-Haus-Markt finden Sie [hier](#).



### Sonderfall: Kommune als Veranstalter

Wenn die Kommune als Träger oder Veranstalter eines Events auftritt, besteht für die Auswahl von Caterern ab einem Auftragsvolumen von 100.000 Euro – was jedoch bei kleineren

Veranstaltungen selten überschritten werden dürfte – die **Ausschreibepflicht**, bei der die Vorgaben der öffentlichen Vergabeordnung beachtet werden müssen. Wenn dabei in der Leistungsbeschreibung auf Gütezeichen verwiesen werden soll, gilt: Es dürfen nur diejenigen Spezifikationen verwendet werden, die in europäischen, multinationalen oder anderen Gütezeichen definiert sind (z.B. europäisches Bio-Siegel, Fairtrade-Siegel oder Siegel der Verbände des biologischen Landbaus wie Bioland, Demeter, Naturland oder EcoVin). Es ist jedoch nicht zulässig, dabei pauschal auf die Anforderungen eines Gütezeichens zu verweisen.

**Für** die Verwendung von **Bio-Lebensmittel** bietet es sich daher an, in der Leistungsbeschreibung einen **Mindestanteil** entweder in Bezug auf das Gewicht oder den finanziellen Wareneinsatz **festzulegen** – als Nachweis können dann die verschiedenen Bio-Siegel dienen.

Regional produzierte Lebensmittel, Produkte oder Ursprungsbezeichnungen dürfen bei Ausschreibungen öffentlicher Auftraggeber aufgrund des Diskriminierungsverbots nicht explizit gefordert und bevorzugt werden. Eine **Möglichkeit, regional produzierte Lebensmittel dennoch indirekt zu fördern, besteht durch die zulässige Forderung von saisonal angepassten Speiseplänen bzw. Gerichten**. Hierzu kann ein Mindestanteil an saisonalen Rohwaren entweder in Bezug auf das Gewicht oder den finanziellen Wareneinsatz an frisch verwendeten Zutaten festgelegt werden – der Leistungsbeschreibung kann dann ergänzend ein entsprechender Saisonkalender beigefügt werden<sup>11</sup>. Darüber hinaus ist es zulässig, die Verwendung typisch regional vorkommender Gerichte, Komponenten oder Zutaten zu fordern – eine solche Formulierung ließe weiterhin die Möglichkeit offen, dass sie Produzenten oder

<sup>10</sup> <http://www.gemeinschaftsmarketing-bw.de/>

<sup>11</sup> Ein Saisonkalender kann bspw. hier eingesehen werden: <http://www.bzfe.de/inhalt/saisonzeiten-bei-obst-und-gemuese-3130.html>

Caterer aus anderen Regionen auf die Ausschreibung bewerben, wenn sie entsprechende Produkte anbauen oder herstellen.

Ausführliche Hinweise zum Vergaberecht sowie konkrete Vorschläge für die Formulierung der Vergabeanforderungen insbesondere zum Bezug von biologischen sowie regionalen und fair gehandelten Lebensmitteln bietet der Leitfaden „Mehr Bio in Kommunen“ des deutschen Bio-Städte-Netzwerks.<sup>12</sup>

## Bio-(Event-)Zertifizierung

Wenn Sie auf Ihrer Veranstaltung ökologische Lebensmittel anbieten und dieses mit dem Bio-Siegel entsprechend ausloben möchten, besteht gemäß den gesetzlichen Vorschriften zum Öko-Landbau eine Zertifizierungserfordernis.<sup>13</sup> Hierfür haben Sie als Veranstalter die Wahl: Sie können entweder einzelne Caterer mit Bio-Angebot einbinden, oder die komplette Veranstaltung bio-zertifizieren lassen. Was viele gastronomische Betriebe dabei nicht wissen: **Sie können sich auch nur für einen Tag bzw. die Dauer der Veranstaltung bei einer der staatlichen zugelassenen Öko-Kontrollstelle zertifizieren lassen** und ihr Angebot mit dem Bio-Siegel ausloben. Insbesondere **für kleinere Caterer oder Standanbieter**, die noch nicht regulär zertifiziert sind, **lohnt sich dafür eine vereinfachte und kostengünstige kollektive Bio-Event-Zertifizierung** zu vereinbaren. Damit macht bspw. die Fördergemeinschaft Ökologischer Landbau Berlin-Brandenburg (FÖL) seit einigen Jahren gute Erfahrungen, zuletzt auf dem Weltkindertag oder beim Kirchentag 2017 in Berlin. Für eine Kollektivzertifizierung sollten Sie frühzeitig mit einer Öko-Kontrollstelle Kontakt aufnehmen, mindestens jedoch vier Wochen vor Ihrer Veranstaltung. Die Kosten für

eine Bio-Event-Zertifizierung bemessen sich nach dem Aufwand der Öko-Kontrollstelle. Als Faustregel gilt: Bei mehr als drei Veranstaltungen pro Jahr lohnt sich bereits eine reguläre Bio-Zertifizierung. Um den Kostenrahmen abschätzen zu können, ist es empfehlenswert, Angebote verschiedener Öko-Kontrollstellen einzuholen – denn diese stehen im Wettbewerb zueinander. Weitere Hinweise zur Bio-Event-Zertifizierung sowie konkrete Hinweise zu Öko-Kontrollstellen bietet die von der FÖL betriebene Plattform „BioStreetFood“, die bio-interessierte Veranstalter und Caterer vermitteln möchte<sup>14</sup>. Im Leitfaden „Mit einfachen Schritten zum Bio-Zertifikat“<sup>15</sup> finden sich zudem praktische Beispiele für ausgewählte Betriebstypen, z.B. für kleinere, klassische Gastronomien sowie die Eventgastronomie.



Foto: Fördergemeinschaft Ökologischer Landbau Berlin-Brandenburg (FÖL)

## Risikoanalyse, Präventionsmaßnahmen und Unterstützungsangebote



Mit einem veränderten Verpflegungskonzept und dem erstmaligen, expliziten Bezug regionaler, saisonaler und/oder ökologischer Lebensmittel betreten Sie Neuland – zumindest in Bezug auf Ihre Veranstaltung. Vor diesem Hintergrund ist es nicht unwahrscheinlich, dass einzelne Partner Ihren Zielen gegenüber Vorbehalte haben und bspw. das Risiko eines anfänglichen Mehraufwands für Beschaffung und ggf. Zertifizierung sowie steigender Kosten fürchten. Es ist daher **ratsam**, sich bereits während der Planung **mit möglichen Ⓛ Risiken** für Sie als Veranstalter als auch für die Caterer/

<sup>12</sup> Erhältlich unter [https://www.biostaedte.de/images/pdf/leitfaden\\_V4\\_verlinkt.pdf](https://www.biostaedte.de/images/pdf/leitfaden_V4_verlinkt.pdf), insb. ab Seite 45.




<sup>13</sup> Sie gilt jedoch nur, wenn das Bio-Angebot über vorverpackte Lebensmittel oder Getränkeflaschen hinausgeht.

<sup>14</sup> <http://www.biostreetfood.de/bio-zertifizierung/>



<sup>15</sup> [https://www.oekolandbau.de/fileadmin/redaktion/bestellformular/pdf/broschuere\\_mit\\_einfachen\\_schritten\\_web.pdf](https://www.oekolandbau.de/fileadmin/redaktion/bestellformular/pdf/broschuere_mit_einfachen_schritten_web.pdf), insb. ab Seite 15.

Standanbieter **vertraut zu machen und** entsprechende  **Präventionsmaßnahmen zu ergreifen**. Partner, die noch keine oder wenige Erfahrungen mit dem Einkauf regionaler und ökologischer Lebensmittel haben, sollten im Rahmen dieser Präventionsmaßnahmen durch gezielte  **Informations- und Unterstützungsangebote** bei der Umstellung beraten werden. Im Folgenden sind einige potentielle Risiken und Präventionsmaßnahmen aufgeführt.



### Partnersuche

-  *Sie finden nicht genügend Caterer/Standanbieter, die Ihre Ziele mittragen und entsprechende Vorgaben erfüllen wollen/können.*
-  Kontaktieren Sie mögliche Anbieter und binden Sie sie frühzeitig in Ihre Überlegungen ein. Entwickeln Sie gemeinsam Ziele und Vorgaben.
-  Bieten Sie Anreize bspw. durch Prämien oder Rabatte für Standmieten für Anbieter mit einem umfangreichen Angebot an regionalen, saisonalen und biologischen Produkten. Signalisieren Sie potentiellen Partnern, dass Sie im Rahmen Ihrer Öffentlichkeitsarbeit besonderes Engagement öffentlich anerkennen werden (siehe auch Kapitel Öffentlichkeitsarbeit).




### Beschaffungsaufwand

-  *Die Caterer/Standanbieter scheuen den Mehraufwand für die Lieferantensuche und/oder finden nicht genügend Produzenten bzw. Lieferanten.*
-  Vermitteln Sie den Kontakt zu Großhändlern, Regionalvermarktungsinitiativen oder einzelnen Lieferanten (Direktvermarkter) und unterstützen Sie beim Aushandeln von Mengenrabatten durch Groß-/Sammelbestellungen mehrerer Caterer bzw. Standanbieter. Für Hinweise zur Lieferantensuche siehe Kapitel „Lieferanten und Kooperationspartner“.

### Zertifizierungsaufwand

-  *Sie und/oder die Caterer/Standanbieter scheuen den Aufwand einer Bio-Zertifizierung und die dadurch entstehenden Kosten.*
-  Informieren Sie Ihre Partner über die Möglichkeit einer kollektiven und auf den Zeitraum der Veranstaltung begrenzten Bio-Event-Zertifizierung, die insbesondere kleineren Gastronomen eine große Hürde für den Bezug ökologischer Lebensmittel nimmt. Kontaktieren Sie eine oder mehrere Öko-Kontrollstellen und lassen Sie sich unverbindlich über Ablauf und Kosten der Zertifizierung sowie entsprechender Kontrollen beraten.

### Kostensteigerung

-  *Die Caterer/Gastronomen scheuen die Kostensteigerung durch den Bezug entsprechender Lebensmittel, weil sie diese nicht an die BesucherInnen weitergeben wollen.*
-  Informieren Sie zu Rezeptierung und Anpassung des Speisenangebots bzw. vermitteln Sie eine vertiefende Beratung: Mehr saisonal verfügbare Zutaten, weniger Fleisch bzw. mehr vegetarische Gerichte, weniger vorverarbeitete Produkte, Minimierung der Lebensmittelabfälle durch Optimierung der Speisemengen, Mischkalkulation aus günstigeren und teureren Produkten und Gerichten.
-  Weisen Sie Ihre Partner auf weitere Kosteneinsparpotenziale hin: durch eine Senkung beim Strom-, Heizungsenergie- und Wasserverbrauch sowie eine optimierte Mülltrennung und die damit einhergehende Reduzierung der teuren Restmüllentsorgung. Auch dafür können Sie als Veranstalter gezielte Anreize setzen, bspw. durch eine individuelle Messung der anfallenden Restmüllmengen – je geringer die Menge pro Gastronom, desto geringer die zu zahlenden Kosten.



## Akzeptanzrisiko

- ❗ *An dem veränderten Angebot sowie durch potentielle Preissteigerungen besteht nur geringe(s) Interesse und Nachfrage seitens der BesucherInnen.*
- ✅ Loben Sie die Speisen klar und deutlich mit den entsprechenden Schlagworten (regional, bio, saisonal, fair etc.) aus und kommunizieren Sie den BesucherInnen offen und gezielt, warum Sie regionale, saisonale und/oder ökologische Lebensmittel fördern möchten. Stellen Sie dar, wie sich dies in das Leitbild Ihrer Organisation oder den Charakter Ihrer Veranstaltung einfügt: Im Fall eines Sportvereins zum Beispiel, dass zu einer gesundheitsfördernden Lebensweise nicht nur Bewegung gehört, sondern auch ein attraktives Speisen- und Getränkeangebot; oder im Fall des Leutkircher Kinderfests, dass Ihnen die Gesundheit und gute Ernährung der

Kinder am Herzen liegen. Solche Botschaften werden in der Regel positiv aufgenommen. Siehe auch Kapitel Öffentlichkeitsarbeit.

- ✅ Binden Sie im Rahmen Ihrer Öffentlichkeitsarbeit frühzeitig relevante Multiplikatoren ein, die sich als Fürsprecher oder Botschafter Ihrer Ziele eignen. Im Falle des Weihnachtsmarkts könnten dies für regionale, saisonale und/oder ökologische Lebensmittel zum Beispiel die Leutkircher Kirchengemeinden sein.

## Weitere Anregungen

Vermitteln Sie Caterern und Standanbietern, dass Sie auf die Einhaltung der Qualitätsstandards der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE) Wert legen und ein insgesamt vielfältiges und gemischtes Speiseangebot fördern möchten. Die Vielfalt muss nicht von jedem Gastronomen angeboten werden, sondern sollte sich im Gesamtangebot widerspiegeln.

# Lieferanten und Caterer finden



## Lieferanten

Wie im vorigen Kapitel erläutert, kann die Suche nach passenden Lieferanten nachhaltiger Lebensmittel für einige Gastronomen und Standanbieter mitunter ein (gefühltes) Hindernis darstellen – einen anfänglichen Mehraufwand stellt sie in jedem Fall dar. In diesem Kapitel erhalten Sie daher weitere Hinweise und Tipps für Informations- und Unterstützungsangebote, mit denen Sie der Ihnen möglicherweise entgegenschlagenden Skepsis begegnen können.

Ihren Partnern stehen bei der Beschaffung ihrer Produkte verschiedene Wege offen:

### Regional- und Direktvermarkter

Der direkte Einkauf bei Erzeugern bietet die Möglichkeit, sich am Ort der Herstellung über Produkte zu informieren sowie Fragen und spezielle Bedürfnisse persönlich zu besprechen.

- Der im Rahmen der Kampagne „Schmecken Süden Baden-Württemberg“ herausgegebene **Einkaufsführer für Gastronomen**<sup>16</sup> listet alle Lieferanten auf, die im Rahmen des Qualitätszeichens Baden-Württemberg oder des Bio-Zeichens Baden-Württemberg zertifiziert sind und ordnet diese nach Lebensmittelproduktgruppen:



Foto: MBW Marketing-gesellschaft mbH

pflanzliche Rohprodukte, tierische Rohprodukte, Verarbeitungsprodukte sowie Getränke & Spirituosen.

- Auch die Online-Plattform „**Wirt sucht Bauer**“<sup>17</sup> hat es sich zum Ziel gesetzt, direkte Kooperationen zwischen Erzeugern und Gastronomen in Bayern zu fördern.
- Der Bundesverband der Regionalbewegung fördert ein **Netzwerk der Regionalvermarktungsinitiativen**<sup>18</sup>, in denen sich Erzeuger, Logistikunternehmen und regionale Dachverbände (teilweise mit eigenen Regionalmarken) zusammenschließen. Dort besteht die Möglichkeit, sich über die Vielzahl einzelner Anbieter regionaler, saisonaler und biologischer Lebensmittel zu informieren. Naheliegende Regionalvermarktungsinitiativen im Raum Leutkirch sind z.B. die LandZunge GbR, Gutes vom See e.V. oder die Allgäu GmbH.
- Hier erhalten Sie eine **Übersicht über direktvermarktende Betriebe**<sup>19</sup> in Baden-Württemberg, geordnet nach Regierungsbezirken und Landkreisen.
- Eine zusätzliche Quelle für Hinweise auf passende Lieferanten können auch Erzeugerverbände wie der Kreisbauernverband Allgäu-Oberschwaben und die Verbände des ökologischen Landbaus (Bioland, Demeter, Naturland, EcoVin) sowie weitere Netzwerke vor Ort sein (z.B. BUND, NABU, allvepro e.V. oder Leutkircher Wirtschaftsbund).

<sup>16</sup> <http://www.gemeinschaftsmarketing-bw.de/wp-content/uploads/2017/05/Einkaufsf%C3%BChrer-Gepr%C3%BCfte-Lieferanten-f%C3%BCr-Schmecken-S%C3%BCden-Gastronomen1.pdf>

<sup>17</sup> <https://www.wirt-sucht-bauer.de/>

<sup>18</sup> <http://www.regionalbewegung.de/netzwerk/#c193>

<sup>19</sup> <http://www.landwirtschaft-bw.info/pb/MLR.LW,Lde/Startseite/Betrieb+und+Umwelt/Direktvermarktung>

## (Groß-)Händler

Die Bestellung bei regional ansässigen (Groß-)Händlern ist mit einem vergleichsweise geringen Zeitaufwand verbunden, da hier verschiedene Produkte aus der Region gebündelt werden können. Eine [Übersicht über Naturkost-Großhändler](#)<sup>20</sup> mit umfangreichem regionalem Angebot bietet Die Regionalen GmbH.

## Gemeinsamer Einkauf

Auch der Zusammenschluss und gemeinsame Einkauf mehrerer kleiner Gastronomen, Caterer und/oder Standbetreiber, die Wert auf nachhaltige Lebensmittel legen, stellt eine erprobte Praxis dar, um Kräfte zu bündeln sowie Mengenrabatte zu erzielen.

## Caterer und Standbetreiber

Nicht nur die Suche nach geeigneten Lieferanten, auch das Finden von zum Veranstaltungscharakter passenden Caterern bzw. Standanbietern kann sich manchmal schwierig gestalten. Aus dieser Erfahrung heraus zielt die Online-Plattform [BioStreetFood](#)<sup>21</sup> darauf ab, Organisatoren von Events und Caterer zusammenzubringen, die Wert auf ein hochwertiges und nachhaltiges Verpflegungsangebot legen<sup>22</sup>. Ergänzend informiert die Plattform über den Ablauf der Bio-Event-Zertifizierung.

Eine hilfreiche Unterstützung bei der Auswahl passender Caterer und Standanbieter bietet in diesem Zusammenhang auch eine [Checkliste](#) der Stadt Hamburg mit umfangreichem Fragenkatalog rund um die Themen Unternehmenspolitik, Energie, Transport, Abfall, Wasser sowie Kommunikation.

<sup>20</sup> <https://www.die-regionalen.de/regional-ist-1-wahl/regionale-lieferanten>

<sup>21</sup> <http://www.biostreetfood.de>

<sup>22</sup> Die Plattform BioStreetFood ist ein Projekt der Fördergemeinschaft Ökologischer Landbau Berlin-Brandenburg (FÖL) – die Dachorganisation der öko-

logischen Lebensmittelwirtschaft in der Hauptstadtregion. Zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Leitfadens lief das Projekt erst seit einigen Monaten, sodass die Plattform zunächst insbesondere Caterer aus Berlin und Umgebung listet. Ziel ist jedoch, dass sie bald auch bundesweit von Veranstaltern und Caterern genutzt werden kann.

# Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation



Eine gut durchdachte und konsequente Öffentlichkeitsarbeit stellt eine wichtige Basis für den Erfolg Ihrer Veranstaltung und Erreichung Ihrer Ziele für ein nachhaltiges Verpflegungskonzept dar. Zum einen geht es darum, **Caterer, Standanbieter und die Zielgruppe** der Besucher schon im Vorfeld gemeinsam mit passenden MultiplikatorInnen **auf die Vorzüge und besondere Qualität eines nachhaltigen Verpflegungsangebots aufmerksam zu machen**. Zum anderen geht es darum, das entsprechende **Speisen- und Getränkeangebot während der Veranstaltung offensiv zu bewerben** und besonderes Engagement öffentlich anzuerkennen. Nicht vergessen werden sollte zudem, wie wichtig es ist, auch die Mitglieder des Organisations-teams Ihrer Veranstaltung von Ihrem Konzept zu überzeugen und ihnen ihre Rolle als (mindestens temporäre) Botschafter für nachhaltige Lebensmittel zu verdeutlichen. Dieses Kapitel benennt daher einige Punkte, die dabei beachtet werden sollten und gibt konkrete

Tipps, welche Akteure eingebunden und als Kooperationspartner gewonnen werden sollten.

## Partnerorganisationen und Multiplikatoren

Wie weiter oben bereits beschrieben, ist es sinnvoll, frühzeitig essentielle Partnerorganisationen und Multiplikatoren für die weitere Konzeptentwicklung auszuwählen. In der untenen Tabelle sind einige potentielle Partner und Multiplikatoren für regelmäßig stattfindende Leutkircher Veranstaltungen aufgeführt:

Überlegen Sie als Veranstalter gemeinsam mit diesen Partnerorganisationen und Multiplikatoren, wie die gezielte Angebotserweiterung um nachhaltige Lebensmittel in das Veranstaltungskonzept passt und **entwickeln Sie ggf. ein passendes Motto**.

Veranstaltung	Veranstalter	Partner & Multiplikatoren	
		<i>innerhalb der Verwaltung</i>	<i>außerhalb der Verwaltung</i>
<b>Fasnet</b>	Narrenzunft Nibelgau Leutkirch e.V.	Thomas Stupka (Organisation von Veranstaltungen), Oliver Keller (Koordination Müllentsorgung)	Medien: Schwäbische Zeitung
<b>Frühlingsfest</b>	Gemeinderatsfraktion „Die Unabhängigen“	Thomas Stupka (Organisation von Veranstaltungen), Oliver Keller (Koordination Müllentsorgung)	Medien: Schwäbische Zeitung
<b>Kinderfest</b>	Stadt Leutkirch und Kinderfestausschuss	Thomas Stupka (Organisation von Veranstaltungen)	Förderverein des Kinderfestes Medien: Schwäbische Zeitung Elternbeiräte



<b>ALSO-Fest</b>	ALSO-Leutkirch e.V.	Thomas Stupka (Organisation von Veranstaltungen), Oliver Keller (Koordination Müllentsorgung)	Ausgewählte Sponsoren: insb. Sparkasse und Sponsoren für Lebensmittel, Medien: Schwäbische Zeitung
<b>Weihnachtsmarkt</b>	Leutkircher Wirtschaftsbund	Thomas Stupka (Organisation von Veranstaltungen), Oliver Keller (Koordination Müllentsorgung)	Kirchengemeinden Medien: Schwäbische Zeitung
<b>Jahrmärkte, z.B. Gallusmarkt</b>	Stadt Leutkirch i.A.	Thomas Stupka (Organisation von Veranstaltungen)	Medien: Schwäbische Zeitung

### Mögliche Maßnahmen zur Bewerbung des Angebots im Vorfeld

- Weisen Sie in Ihrer Veranstaltungsankündigung und in einer entsprechenden Pressemitteilung explizit auf die Angebotserweiterung hin.
- Portraitieren Sie, sofern möglich, die beteiligten bzw. ausgewählte Caterer, Standanbieter und ggf. Zulieferer auf der Veranstaltungswebsite vor und präsentieren Sie besondere Speisen, Getränke etc.
- Listen Sie die Standanbieter mit einem nachhaltigen Angebot auf der Veranstaltungswebsite.
- Weisen Sie auf dem örtlichen Wochen- und Bauernmarkt auf Ihr gastronomisches Konzept und die Angebote hin.

### Mögliche Maßnahmen zur Bewerbung des Angebots während der Veranstaltung

- Listen Sie die Standanbieter auf einer Info-tafel oder einem Flyer und sortieren Sie sie beispielweise nach verschiedenen Kategorien (z.B. regionale Vorspeisen, Hauptspeisen, Desserts). Verwenden Sie dabei explizit Schlagwörter wie „regional“, „saisonal“, „bio“ etc.
- Wenn passend, verbinden Sie die Angebotserweiterung mit unterhaltsamen und

lernorientierten Stationen aus der Ernährungsbildung: z.B. ein Kuhmodell zum Melken mit der Leitfrage: „Wie viel Milch braucht man für sein Käsebrod/Käse-spätzle etc.“

### Auslobung des Lebensmittelangebots

Rufen Sie die Caterer und Standanbieter dazu auf, ihr Speisen- und Getränkeangebot soweit wie möglich mit entsprechenden Siegeln auszuloben und die Herkunft der Zutaten so genau wie möglich schriftlich oder bildlich anzugeben (z.B. „Käsespätzle mit Käse von der Bauerngemeinschaft XYZ in Legau“). Wenn möglich, stellen Sie hierzu entsprechende Logo- und Design-Vorlagen bereit.

### Auszeichnung besonders nachhaltiger Angebote

Im Rahmen Ihrer Öffentlichkeitsarbeit sollte sie außerdem Anreizsysteme schaffen, um Caterer und Standanbieter zu innovativen Angeboten zu motivieren.

- Eine Möglichkeit ist die Ausgabe eines eigenen Labels, mit dem alle Caterer und Stände, die ein gewisses Maß an regionalen, ökologischen und saisonalen Lebensmitteln für ihr Angebot verwenden, ausgezeichnet werden. Vorschlag: „Leutkirch

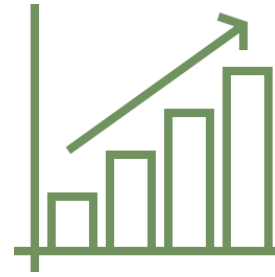
nachhaltig genießen!“ Kriterien hierfür könnten sein:

- Mind. 50% der Nahrungsmittel kommen aus einem Umkreis von 150km oder weniger
- und/oder mind. 50% der Nahrungsmittel sind dabei saisongerecht
- und/oder die Nahrungsmittel sind Bio-zertifiziert
- Zudem lohnt es sich, die medienwirksame Auslobung von Preisen in Erwägung zu ziehen, bspw. für das beste, einfallsreichste, regionale Bio-Gericht, das von einer Jury gewählt wird. Kriterium hierfür

könnte bspw. sein: Nicht mehr als 5 Hauptzutaten, wovon 100% (Platz 1) / 80% (Platz 2) regional, saisonal und bio sind. Weitere Inspiration bietet zum Beispiel der [Gastronomie-Preis des Tollwood-Festivals](#).



# Erfolgskontrolle und Evaluation



## Erfolgskontrolle

### Schriftliche Vereinbarung von Zielen

Wie in Kapitel „Planung und Umsetzung“ beschrieben, sollten Sie Ziele für die schrittweise Angebotserweiterung an nachhaltigen Lebensmitteln formulieren, die klar terminiert und messbar sind – nur so stellen Sie sicher, dass Sie im Sinne eines Qualitätsmanagement überprüfen können, inwiefern und in welchem Zeitraum Sie Ihre Ziele erreicht haben. Diese Ziele sollten auch mit den Vertragspartnern (Caterern, Standanbieter) schriftlich vereinbart werden.

### Kontrollen und Sanktionsmaßnahmen

Es ist ratsam, neben den oben bereits erwähnten Anreizsystemen auch Sanktionsmaßnahmen bei Verfehlungen festzulegen und diese vorab freundlich vorzutragen – dies setzt jedoch voraus, dass Sie während der Veranstaltung Kontrollgänge durchführen.

### Zutatenübersichten mit Herkunftsangaben

Stimmen Sie im Vorfeld der Veranstaltung mit den beteiligten Caterern bzw. Standbetreibern ab, dass Sie von ihnen eine Übersicht über die

verwendeten Zutaten und deren Herkunft erhalten, die den Anteil an regional, saisonalen und ggf. ökologischen zusammenfassend darstellt (es ist ratsam, hierzu eine von Ihnen zuvor erstellte Vorlage zu verwenden). Dies dient Ihnen als Basis-Werkzeug zur Auswertung der gesteckten Teilziele.

## Evaluation und Dokumentation

Sie sollten sich im Anschluss an die Veranstaltung die Zeit dafür nehmen, Ihre verändertes gastronomisches Konzept bzw. die Angebotserweiterung gemeinsam mit den Partnern zu evaluieren. Hierzu bietet es sich an, sowohl die Anbieter, d.h. Caterer und Standbetreiber, systematisch nach Ihren Einschätzungen und Erfahrungen zu befragen (bspw. durch eine Abfrage des Umsatzes im Vergleich zum Vorjahr), als auch die Besucher. Deren Einschätzungen können schon während der Veranstaltung bspw. durch Blitzumfragen erfragt werden.

Dokumentieren Sie sowohl die Vorgehensweise während der Planung und Umsetzung so gut wie möglich als auch die Ergebnisse der gemeinsamen Evaluation – dies wird bei der nächsten Veranstaltung von großer Hilfe sein.

# Vorbilder und Pioniere



Weitere Inspiration für Ziele bieten Ihnen auch folgende als „Green Events“ durchgeführte Veranstaltungen.

## Feste und Festivals:

**Tollwood** (München): Umfassendes Nachhaltigkeitskonzept, u.a. Voraussetzungen für das Betreiben eines Gastronomie-Standes auf dem Festival: Bio-Zertifizierung des Betriebes, eine grundsätzliche Verwendung von zertifizierten Bio-Lebensmitteln sowie Fair-Trade-Produkten (Bananen, Zucker, Kaffee, Tee, Kakao, Reis und Wein). Mehr unter: <https://www.tollwood.de/kontakt/gastronomiebewerbung>



Foto: Mummelgrummel, Wikimedia

**Altonale** (Hamburg): Umfassendes Nachhaltigkeitskonzept und entsprechende Berichterstattung, u.a. sukzessive Erhöhung des Standangebotes an ökologischen, fair gehandelten Lebensmitteln. Mehr unter: <http://greenevents.hamburg/green-events-in-hamburg/altonale/altonale-goes-green/>

**Oktoberfest** (München): Bewertungssystem für die Zulassung der Bewerber um die Teilnahme auf der „Wiesn“, bei dem das Anbieten von regionalen Produkten aus ökologischem Anbau positiv berücksichtigt wird. Mehr unter: [http://www.oekowiesn.de/oekowiesn\\_punkte-system-bewerber\\_oktoberfest.htm](http://www.oekowiesn.de/oekowiesn_punkte-system-bewerber_oktoberfest.htm)

## Weihnachtsmärkte:

**Brixen:** Authentizität und Natürlichkeit als Leitprinzipien: Verwendung von regionalen, saisonalen und biologischen Zutaten sowie vegetarisches Angebot, sparsamer Umgang mit Ressourcen, umweltfreundliche Mobilität, Abfallmanagement und die Verwendung von Mehrweggeschirr. Mehr unter <https://www.brixen.org/de/events/highlight-events/weihnachtsmarkt/green-event.html>

**Bonn:** Vielfältiges Angebot regionaler und biologischer Produkte: Mehr unter: <https://www.express.de/bonn/bio-wohin-man-auch-sieht-bonner-weihnachtsmarkt-ist-ganz-schoen-oeko-28980600>

**Köln:** Bio-Siegel durch Verkauf von regionalen Produkten aus ökologischem Anbau seit 2010. Mehr unter <http://www.koelnerweihnachtsmarkt.com>

**Berlin:** Umfangreiches Angebot biologischer Speisen und Getränke. Mehr unter <http://www.weihnachtsmarkt-sophienstrasse.de>

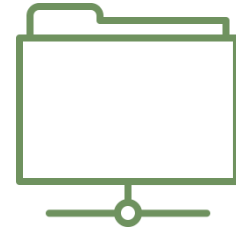


Foto: Weihnachtsmarkt Sophienstraße

**Wien:** Alle 15 gastronomischen Stände sind seit 2016 bio-zertifiziert und haben überwiegend Biospeisen oder -getränke im Angebot. Mehr unter: <https://www.oekolandbau.de/grossverbraucher/betriebsmanagement/betriebskonzepte/bio-in-der-gastronomie/erster-biozertifizierter-adventsmarkt-oesterreichs/>



# (Weiterführende) Literatur



Abele, K., Holzbaur, U. (o.J.): Nachhaltige Events. Nachhaltiger Erfolg durch Verantwortung. Ein Leitfaden für Veranstalter, die auf eine positive Wirkung ihrer Veranstaltung im Sinne der Nachhaltigen Entwicklung Wert legen. Online verfügbar unter: <https://opus-htw-aalen.bsz-bw.de/files/217/uba+nachhaltigeevents.pdf>

Bundesverband der Regionalbewegung (2014): Prinzipien des Regionalsiegel „Geprüfte Regionalität“. Online verfügbar unter: [www.regionalbewegung.de/.../Regionalsiegel/Kriterien\\_Prinzipien\\_Regionalsiegel.pdf](http://www.regionalbewegung.de/.../Regionalsiegel/Kriterien_Prinzipien_Regionalsiegel.pdf)

BÖLN (2017): Mit einfachen Schritten zur Bio-Zertifizierung. Der Leitfaden für Gemeinschaftsverpflegung und Gastronomie. Online verfügbar unter: [https://www.oekolandbau.de/fileadmin/redaktion/bestellformular/pdf/broschuere\\_mit\\_einfachen\\_schritten\\_web.pdf](https://www.oekolandbau.de/fileadmin/redaktion/bestellformular/pdf/broschuere_mit_einfachen_schritten_web.pdf)

Freie und Hansestadt Hamburg, Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Innovation (2016): Merkblatt Bio Zertifikat Gastronomie/Großküchen. Online verfügbar unter: <http://www.vzhh.de/ernaehrung/491654/Merkblatt%20Bio%20Gastronomie%2007.16.pdf>

Freie und Hansestadt Hamburg (2011): Events: Das Gleiche in Grün. Online verfügbar unter: [www.hamburg.de/contentblob/2938600/data/leitfaden-green-events.pdf](http://www.hamburg.de/contentblob/2938600/data/leitfaden-green-events.pdf)

Haack, M.; Häring, A.M.; von Münchhausen, S. (2017): Ökologischen Landbau weiterdenken Verantwortung übernehmen, Vertrauen stärken. Umsetzung des EU-Vergaberechts: eine Chance für ökologische und regionale Lebensmittel in der Gemeinschaftsverpflegung? In: Wolfrum, S.; Heuwinkel, H.; Reents, H.J.; Hülsbergen, K.J. (Hrsg.) 2017: Ökologischen Landbau weiterdenken — Verantwortung übernehmen, Vertrauen stärken (7.-10. März 2017 in Freising). Beiträge zur 14. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau. Verlag Dr. Köster, Berlin. S. 712-713.

Haubach, C., Held, B. (2015): Ist ökologischer Konsum teuer? Ein warenkorbbasierter Vergleich. In: Statistisches Bundesamt, WISTA, 1/2015. Online verfügbar unter: [https://www.destatis.de/DE/Publikationen/WirtschaftStatistik/2015/01/OekologischerKonsum\\_012015.pdf;jsessionid=9067EA3DC9B52DD1472B177B415FB904.InternetLive2?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.destatis.de/DE/Publikationen/WirtschaftStatistik/2015/01/OekologischerKonsum_012015.pdf;jsessionid=9067EA3DC9B52DD1472B177B415FB904.InternetLive2?__blob=publicationFile)

Hayer, A. (2017): FOODprints® – Tipps zum nachhaltigen Essen und Trinken. In: Schweizer Zeitschrift für Ernährungsmedizin, 2/2017. Online verfügbar unter: <https://www.rosenfluh.ch/media/ernaehrungsmedizin/2017/02/FOODprints-Tipps-zum-nachhaltigen-Essen-und-Trinken.pdf>

Jungbluth, N. (2016): Umweltschonende Ernährung aus Sicht der Konsumenten. Vortrag bei der Schweizerischen Nationalbank, 24. Oktober 2016, Zürich. Online verfügbar unter: <http://esu-services.ch/fileadmin/download/jungbluth-2016-Ernaehrung-SNB.pdf>

Kirchner, C. (2013): „Bio setzt sich durch“, In: Schulverpflegung, 8. Jg. Online verfügbar unter: [https://www.gastroinfoportal.de/wp-content/uploads/epaper/82950530/Schulverpflegung\\_01\\_2013\\_dl.pdf](https://www.gastroinfoportal.de/wp-content/uploads/epaper/82950530/Schulverpflegung_01_2013_dl.pdf)

LEADER-Aktionsgruppe Saale-Orla, 2017. Vergabe und regionale Produkte. Online verfügbar unter: <http://www.schulessen.org/gesund-und-regional/vergabe-und-regionale-produkte/>

Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen (2016). Leitfaden für den Einsatz regionaler Lebensmittel in Gemeinschaftsverpflegungen. Online verfügbar unter: [https://www.100-kantinen.nrw.de/fileadmin/Dokumente/Leitfaden\\_100\\_Kantinen\\_Programm.pdf](https://www.100-kantinen.nrw.de/fileadmin/Dokumente/Leitfaden_100_Kantinen_Programm.pdf)

Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz des Landes Baden-Württemberg (2013): Leitfaden für nachhaltige Veranstaltungsorganisation. Online verfügbar unter: [https://mlr.baden-wuerttemberg.de/fileadmin/redaktion/m-mlr/intern/dateien/publikationen/Leitfaden\\_Ernaehrung.pdf](https://mlr.baden-wuerttemberg.de/fileadmin/redaktion/m-mlr/intern/dateien/publikationen/Leitfaden_Ernaehrung.pdf) Verbraucherzentrale NRW, 2017. Regionale Lebensmittel. Online verfügbar unter: <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/lebensmittel/kennzeichnung-und-inhaltsstoffe/regionale-lebensmittel-11403>

Netzwerk deutscher Biostädte (2017): Mehr Bio in Kommunen. Ein Praxisleitfaden des Netzwerks deutscher Biostädte. Online verfügbar unter: [https://www.biostaedte.de/images/pdf/leitfaden\\_V4\\_verlinkt.pdf](https://www.biostaedte.de/images/pdf/leitfaden_V4_verlinkt.pdf)

Umweltbundesamt (2015): Leitfaden für die nachhaltige Organisation von Veranstaltungen. Online verfügbar unter: <https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/ratgeber-leitfaden-fuer-die-nachhaltige>

Sindel, I. (2013): Wider den Etikettenschwindel. Regionale Produkte zwischen Basisarbeit, Marketing und Politikstrategien. Der kritische Agrarbericht. Online verfügbar unter: [www.kritischer-agrarbericht.de/fileadmin/Daten-KAB/KAB-2013/Sindel.pdf](http://www.kritischer-agrarbericht.de/fileadmin/Daten-KAB/KAB-2013/Sindel.pdf)

# Impressum

## Herausgeber

NAHhaft e.V.  
Web: [www.nahhaft.de](http://www.nahhaft.de)  
Email: [info@nahhaft.de](mailto:info@nahhaft.de)



## Autoren

Timo Eckhardt, Alexander Schrode, NAHhaft e.V.,  
unter Mitarbeit von: Dorothee Stahl

## Redaktion

Timo Eckhardt, NAHhaft e.V., Nadine Zettlmeißl, Stadt Leutkirch im Allgäu

## Bildnachweise

Titelseite: Stadt Leutkirch i.A.; Icons (S. 5,7,8,14,15,18,19): [popcornarts/iconfinder.com](http://popcornarts/iconfinder.com)

## Kontakt

Timo Eckhardt, NAHhaft e.V.  
Tel. +49 (561) 51 04 52 98  
Email: [timo.eckhardt@nahhaft.de](mailto:timo.eckhardt@nahhaft.de)

Nadine Zettlmeißl, Stadtverwaltung Leutkirch im Allgäu | Stadtplanung, Natur und Umwelt  
Tel. +49 (7561) 87 364  
[nadine.zettlmeissl@leutkirch.de](mailto:nadine.zettlmeissl@leutkirch.de)

## Haftungsausschluss

Die Informationen in diesem Leitfaden wurden nach bestem Wissen und Gewissen aus den Erfahrungen mit Eventmanagement und Nachhaltigkeit zusammengestellt. Die Autoren übernehmen keine Haftung für Schäden, die auf die Benutzung von Informationen aus diesem Leitfaden oder den hier zitierten Quellen entstehen.

Stand: Juli 2018

Dieser Leitfaden ist im Rahmen des Projektes „KERNiG – Kommunale Ernährungssysteme als Schlüssel zu einer umfassend-integrativen Nachhaltigkeits-Governance“ mit Unterstützung des Bundesministeriums für Forschung und Bildung (BMBF) entstanden. Mehr Informationen unter [www.kernig.uni-freiburg.de](http://www.kernig.uni-freiburg.de)

**KERNiG**

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung



**FONA**  
Sozial-ökologische  
Forschung  
BMBF