

GV MANAGER

DAS MANAGEMENT-MAGAZIN
FÜR DIE GEMEINSCHAFTSGASTRONOMIE

HEFTPREIS 13,50 € | 8/25 | WWW.GVMANAGER.DE



#spürbargrün

NACHHALTIGKEIT IM AUSSER-HAUS-MARKT



Regionalität im großen Stil

Regionalität kommt gut bei Gästen an. Aber wie gelingt es, regionale Produkte nachvollziehbar transparent – für Küche wie Gast – in Unternehmensprozesse einzubauen? Und was können wir dabei von Österreich lernen?

Regionalität ist einer der „In“-Begriffe für nachhaltigen Einkauf. Und wird gerne mal – nach eigenem Ermessensspielraum – in der Kommunikation gegenüber dem Gast gebraucht. Österreich und die Schweiz greifen hier staatlich bereits stärker ein als Deutschland. So gibt es in Österreich seit September 2023 eine nationale Verordnung zur Herkunftskennzeichnung: GV-Betriebe müssen über die Herkunft von Fleisch (Rind, Schwein, Schaf, Ziege, Geflügel oder Wild), Milch und Ei in Speisen informieren (Details s. Kasten rechts). Vorbild für die Verordnung war die seit 1996 gesetzliche Kennzeichnung der Schweiz, mit der sämtliche Anbieter in die Pflicht genommen werden, die derartige Lebensmittel anbieten, also auch Metzgereien und Restaurants.

Bei Fleisch ist etwa das geografische Gebiet zu nennen, in dem das Tier geboren, gemästet und geschlachtet wurde. Dieses wird jedoch weit gefasst: Wurde ein Tier beispielsweise in Deutschland geboren, in Österreich aufgezogen und geschlachtet, ist die Herkunft EU. Auch möglich ist die Variante „geboren in Deutschland“, „aufgezogen/geschlachtet in Österreich“. Liegen keine gesicherten Daten vor, etwa bei Convenience-Produkten, darf auch „Herkunft unbekannt“ kommuniziert werden.

Die Kennzeichnungspflicht bedeutet, dass die Betriebe eine schlüssige Dokumentation benötigen, etwa aus Daten aus dem Warenwirtschaftssystem, Lieferscheinen oder Etiketten.

Freiwillig transparent

Mit der Option, sich der Initiative „Gut zu wissen“ der österreichischen Landwirtschaftskammern anzuschließen, kommen die Betriebe ihrer Dokumentationspflicht nach. Wer seine Herkunftsdokumentation jährlich mit der Initiative prüfen lässt, darf dieses Zertifikat führen und erhält unterstützend kostenlose Beratungen, Infografiken und Marketingmaterial für die Kommunikation mit dem Gast.

Bereits über 1.256 Verpflegungseinrichtungen – vom Kindergarten bis zur Hospizküche – sind „Gut zu wissen“ zertifiziert. Initiatorin und Leiterin der Initiative ist Katharina Tidl, zugleich maßgebliche Wegbereiterin des neuen Gesetzes. „Es löst schon etwas beim Gast aus, wenn auf der Speisekarte steht, ‚Herkunft unbekannt‘“, gibt sie zu bedenken. Umso positiver, wenn eine konkrete Info möglich ist. Küchenleiter Rüdiger Pehamberger vom Schulverein der

Kreuzschwestern Linz, der täglich rund 800 Kinder verpflegt, sieht in der Kennzeichnung einen großen Mehrwert. „Die Kinder erzählen ihren Eltern nun direkt weiter, was es gab, weil es jetzt dank des Kommunikationsmaterials gut zu sehen ist, direkt beim Bistro und vor dem Speisesaal.“ Walter Pansi, Wirtschaftsvorstand der Diakonie de

La Tour, resümiert: „Die Initiative ist für uns ein Ansporn, noch regionaler zu werden. Zudem ist es fair dem Kunden gegenüber, jenen kleinen Teil zu kommunizieren, der nicht aus Österreich, sondern aus anderen EU-Ländern kommt.“

Die nicht zur Kennzeichnung verpflichteten Gastronomiebetriebe können dies

PFLICHT ZUR HERKUNFTSKENNZEICHNUNG



ÖSTERREICH
 Nationale Verordnung zur Herkunftskennzeichnung für Fleisch, Eier, Milch und Milchprodukte seit September 2023 – nur für GV-Betriebe (Verordnung über die „Angaben der Herkunft von Zutaten in Speisen, die in Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung abgegeben werden“)
Voraussetzung: Die Zutat hat
 ■ einen Anteil von mindestens 50 % am Lebensmittel,
 ■ ist in der Bezeichnung des Lebensmittels genannt (z. B. Milchreis, Käsespätzle) oder
 ■ wird vom Verbraucher mit dieser Bezeichnung in Verbindung gebracht (z. B. Pudding = Milchprodukt).
Inhalt der Kennzeichnung: Nennung des geografischen Gebiets (Österreich, EU, Nicht-EU), in dem das Tier geboren, gemästet und geschlachtet wurde (Fleisch), die Kuh gemolken (Milch) oder das Ei gelegt wurde.
Ausnahme: Liegen bei kennzeichnungspflichtigen Zutaten keine gesicherten Daten zur Herkunft vor, etwa bei Convenience-Produkten wie vorpanierten Schnitzeln, oder unverpackt verkauftem Frischfleisch, lautet die Angabe „Herkunft unbekannt“.
Kennzeichnungsart: Plakat, Einleger, Menüplan, Anzeigetafel oder Infoscreen
 Beispiel: Wurde ein Tier in Deutschland geboren und in Österreich aufgezogen und geschlachtet, ist die Herkunft EU. Auch möglich ist die Variante „geboren in Deutschland“, „aufgezogen/geschlachtet in Österreich“. Die Verpflichtung, alle drei Phasen einzeln anzugeben, gilt nur für verpacktes Frischfleisch.

SCHWEIZ
 Gesetzliche Kennzeichnung seit 1996; seit Juli 2025 sind zusätzlich Fleisch, Eier und Milch von Tieren, bei denen bestimmte schmerzhaft Eingriffe ohne Betäubung vorgenommen wurden, gesondert zu kennzeichnen, z. B. Schweinefleisch, wenn die Kastration, das Kupieren des Schwanzes oder das Abklemmen der Zähne ohne Betäubung erfolgte. Verpflichtet dazu sind alle Betriebe, die entsprechende Lebensmittel anbieten, etwa Metzgereien und Restaurants.

DEUTSCHLAND
 Verpackte Primärzutaten tierischer Herkunft (z. B. Fleisch, Eier, Milchprodukte) müssen in Deutschland beim Verkauf im Handel verpflichtend Herkunftsangaben tragen, z. B. „Aufgezogen in D, Schlachtung in D“.

EUROPA
 Die Ausweitung der Herkunftskennzeichnung im EU-Lebensmittelkennzeichnungsrecht ist Teil der „Farm to Fork“-Strategie der EU-Kommission, die derzeit verpflichtende Herkunftsangaben prüft, z. B. für Milch (als Zutat), Fleisch (als Zutat), Reis, Hartweizen in Teigwaren, Kartoffeln und Tomaten in bestimmten Tomatenprodukten.



EIN BEISPIEL FÜR DIE VERPFLICHTENDE HERKUNFTSKENNZEICHNUNG IN ÖSTERREICH.

	Herkunft Fleisch	Herkunft Milch	Herkunft Ei
Menü 2	AT1	Unbekannt	AT22
Kartoffelrahmsuppe	AT1	AT2	
Rahm		AT226	
Milch		AT23	
Kartoffeln			
Speckwürfel	AT1		
Topfenknödeln	AT13	Unbekannt	
Topfen		Unbekannt	
Ei	AT13		AT22
Brösel			
Mehl			

NUTS-REGIONEN WIE AT1 (OBERÖSTERREICH) MACHEN HERKUNFTSANGABEN EDV-SEITIG VERWERTBAR.

freiwillig trotzdem tun, was im Rahmen der Betriebskontrollen in der Gastronomie geprüft wird. Beispielsweise setzte das Almanac Palais Vienna als erstes Hotelrestaurant in Österreich auf „Gut zu wissen“ und ließ sich zertifizieren.

Gütesiegel wie das „AMA Genuss Region“ oder Herkunfts-Zertifikate für die Gastronomie wie vom SalzburgerLand erleichtern die Kennzeichnung.

Region versus Bundesland

Doch Achtung: „Die freiwillige Auslobung ‚regional‘ ist unzulässig. Sie ist als irreführend anzusehen, weil die Verbraucher nicht wissen, was unter der Region zu verstehen ist“, steht im FAQ-Katalog des österreichischen Bundesministeriums für Arbeit, Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz, der bei der Umsetzung der Kennzeichnungspflicht helfen soll.

Auch in Deutschland existiert keine Definition für die Begriffe „aus der Region“ und „regional“. Als Faustregel gilt oft ein 100-km-Radius – und der stimmt häufig nicht mit dem eigenen Bundesland überein. Eine mühselige Aufgabe, sich Regionalität selbst zu definieren und transparent zu kommunizieren. Das deutsche Ernährungsministerium BMEL schlägt vor, Größe und Grenzen der Region selbst zu bestimmen – soweit damit keine Verbrauchertäuschung einhergehe. Eine gute Orientierung zur regionalen Herkunft böten das Regionalfenster oder die Qualitätssiegel der Bundesländer.

Staatliche Gütesiegel für Lebensmittel lassen sich zumeist an der Formulierung „geprüfte Qualität“ oder „gesicherte Qualität“ und der Nennung des jeweiligen Bundeslandes erkennen. Auch die länderspezifischen Bio-Siegel sind Herkunftsgaranten. Baden-Württemberg etwa bietet neben Bio- und Qualitätszeichen BW die „Drei-Löwen“-Auszeichnung für „Schmeck den Süden“-Gastronomen“, deren Angebot auf der Speisekarte zu 90 Prozent aus der Region stammt. So weit, so sinnvoll.

Doch sobald es sich um Grenzregionen handelt, die aus nachhaltig logistischen Gründen Produkte lieber aus einem Nachbarland

bzw. dem angrenzenden Bundesland beziehen wollen, kommen die Gütesiegel der Länder an ihre Grenzen.

Aus Ö nach D importiert

„Wir verkaufen im Schnitt mehr österreichisches Frischfleisch an unsere deutschen Kunden als an die österreichischen“, berichtet Manfred Kröswang, Lebensmittelgroßhändler aus Oberösterreich, der Gastronomie, Hotellerie und Großküchen in Österreich und Süddeutschland mit frischen und TK-Lebensmitteln beliefert. Treiber für das Plus von 50 Mio. Euro in 2023 waren entsprechend auch die frischen regionalen Produkte. „Deutsche Gastronomen schätzen vor allem die durchweg hohe Qualität unseres Fleisches und die Tatsache, dass es aus einer kleinstrukturierten, bäuerlichen Landwirtschaft stammt. Diese steht für Tradition, Nachhaltigkeit und

artgerechte Tierhaltung – Werte, die auch bei deutschen Köchen und ihren Gästen immer wichtiger werden“, erläutert der Geschäftsführer und verweist auf das „Heile Welt“-Image von österreichischem Fleisch. „Wir stehen für saubere Berge, grüne Wiesen, kleine Familienbetriebe. Das ist authentisch

„Es löst schon etwas beim Gast aus, wenn auf der Speisekarte steht, ‚Herkunft unbekannt‘.“

Katharina Tidl

und nicht nur Marketing“, resümiert er.

Ein weiterer Pluspunkt: Der Großhändler kann die Herkunft österreichischer Produkte lückenlos über die Wertschöpfungskette hinweg dokumentieren und nachweisen – auf dem Lieferschein und der Rechnung. Ein Zentrallager nördlich von München in Pfaffenhofen a. d. Ilm, das Bayern und Baden-Württemberg versorgt, bringt Lieferqualität und -geschwindigkeit auf hohem Niveau.

Digital gebündelt

Wer lieber kleine regionale Erzeuger unterstützen möchte, muss in der Regel viel Zeit in die persönliche Kontaktpflege investieren. Abhilfe schaffen könnte eine innovative digitale Einkaufsplattform, ein Pilotprojekt aus Österreich, das auf Deutschland usw. skalierbar ist. Initiiert wurde die Plattform von Salzburger Agrar Marketing und dem Software-Anbieter für Warenwirtschaft Necta. Ziel ist es, klei-

ne regionale Direktvermarkter mit Profiküchen – vom Würststand bis zur Großküche – zu vernetzen. Der Mehrwert gegenüber anderen Plattformen: Die Artikeldaten der Erzeuger sind direkt im Warenwirtschaftssystem zugänglich – inklusive Zertifikaten, wie dem AMA-Gütesiegel, Bio, SalzburgLand Herkunfts-Zertifikat o. ä. Auch die Herkunft wird abgefragt und hinterlegt – und zwar nicht in Textform, sondern in elektronisch verwertbarer NUTS-Nomenklatur. So kann eine Profiküche gezielt nach dem nächstgelegenen Erzeuger suchen oder bestimmten Zertifikaten.

Individuelle Regionalität dank NUTS

Hinter NUTS verbirgt sich die Nomenclature des unités territoriales statistiques, eine standardisierte Systematik der EU zur Einteilung von Regionen innerhalb der Mitgliedsstaaten, aber auch der Schweiz und Liechtenstein. Praktisch funktioniert das so: Der Lieferant gibt seine Postleitzahl ein und kann so einer NUTS-Region zugeordnet werden. So können sich Profiküchen ihre eigene Regionalität, unabhängig von nationalen oder Bundesland-Grenzen, definieren. Man könnte also einen Zirkel von 100 Kilometern um seinen Standort ziehen und genau definieren, welche NUTS-Regionen das sind. Vierstufig unterteilt, können sogar regionale Feinheiten berücksichtigt

„Wenn die Daten der Lieferanten die NUTS-Regionen enthalten, kann im Warenwirtschaftssystem Regionalität vollautomatisch prozentual errechnet werden.“

Klaus Dittel

Lieferscheine in die Zutatenlisten und Regionalität kann vollautomatisch prozentual errechnet werden“, erklärt Klaus Dittel, Produktmanager bei Necta. Die Bereitschaft dazu bestehe laut ersten Gesprächen. Bis dahin können Küchen die benötigten Kennziffern aber auch selbst einpflegen. Im zweiten Schritt lässt sich daraus das Regionalitätslevel von Gerichten ausrechnen. „Über alle verwendeten Zutaten wird für das Menü je Lebensmittelgruppe der kleinste gemeinsame Nenner aus den vier Ebenen umfassenden NUTS-Regionen gebildet“, konkretisiert Klaus Dittel. Ergebnis ist eine fundierte Herkunftsinformation, die automatisiert an die Gäste weiterkommuniziert werden kann. Nicht zuletzt ermöglicht die Nomenklatur Monitoring und Auswertung des Einkaufsverhaltens der Küche.

Verena Wagner

Bilder: BML, Necta



Entdecken Sie unsere Bio-Vielfalt.

Wenn es um hochwertige und kreative Ei- und Ei-Alternativprodukte geht, ist EIPRO Ihr Partner.

Verlassen Sie sich auf die Qualität, den Geschmack und die Gelingsicherheit des Qualitätsgaranten: www.eipro.de