

NACHHALTIGKEIT BEGINNT BEIM EINKAUF:

WIE GASTRONOMIEBETRIEBE MIT KLUGEN ENTSCHEIDUNGEN DIE UMWELT SCHONEN UND KOSTEN REDUZIEREN.

Diese Unterlage zeigt dir, wie du mit durchdachtem Einkauf Qualität sicherst, Kosten senkst, faire Partnerschaften stärkst und Umwelt sowie Klima schützt – konkret umsetzbar in deinem Betrieb.

NACHHALTIGER EINKAUF IST MEHR ALS ZERTIFIZIERUNGEN – KONKRET IM EINKAUF HANDELN (SMART)

Stabil – Wirtschaftlich & partnerschaftlich
Z. B. Langfristige Verträge mit Herstellern und Bauern

Maßvoll – Umweltbewusst & ressourcenschonend
Z. B. Verpackungsreduktion durch größere Gebinde, Mehrweg, Kompostierung & Kreislaufwirtschaft

Achtsam – Fair & inklusiv
Z. B. Zusammenarbeit auf Augenhöhe

Resilient – Gesund & nährstoffreich
Z. B. Schonende Zubereitung & Transparenz in der Herkunft

Treu – Ethisch & zukunftsorientiert
Z. B. Achtung vor Mensch, Tier & Umwelt

EINORDNUNG DER KLIMA- UND UMWELTWIRKUNG:

- Der Transport von Lebensmitteln verursacht im Durchschnitt weniger als 5 % der gesamten Treibhausgasemissionen.
- Regionale Herkunft allein ist kein Garant für Nachhaltigkeit:
Beispiel: Ein mit Pestiziden belasteter heimischer Apfel kann umweltschädlicher sein als ein importierter Bio-Apfel



Die ökologische Bewertung regionaler und saisonaler Produkte ist komplex und hängt von zahlreichen Faktoren ab (z.B. Energiegewinnung, Rohstoffverbrauch, Arbeitsbedingungen) – reine Herkunftsangaben reichen nicht aus.



Qualitäts- und Produktvorteile:

- Frische und geringe Verarbeitung
- Kulinarische Vielfalt und Identität

Wirtschaftliche und soziale Vorteile:

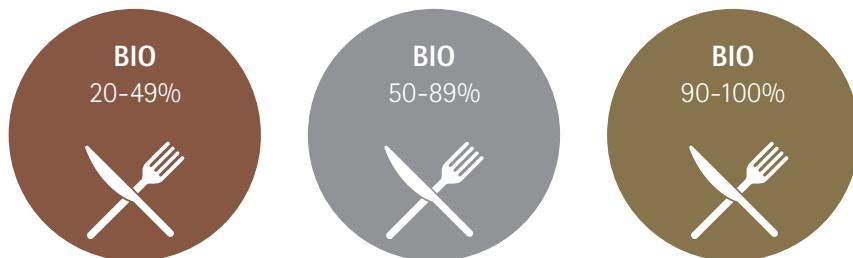
- Stärkung der lokalen Wirtschaft
- Trends und Innovationen
- Kostenaspekte

EIN GERICHT ALS BEISPIEL IM VERGLEICH VON BIO-ZUTATEN UND KONVENTIONELLEN ZUTATEN:

| <i>Gericht</i> | <i>Zutaten (konventionell)</i> | <i>Einzelpreis konventionell (Pro Person)</i> | <i>Bio-Zutaten (Ersatz)</i> | <i>Einzelpreis Bio (pro Portion)</i> | <i>Differenz</i> |
|---------------------------------------|--|---|---|--|------------------|
| <i>Spaghetti mit Tomatensauce</i> | <i>Spaghetti Tomaten Zwiebeln Knoblauch Öl</i> | <i>1,30 €</i> | <i>Bio-Spaghetti Bio-Tomatensauce</i> | <i>1,45 €</i> | <i>0,15 €</i> |

KLARE KOMMUNIKATION GEGENÜBER GÄSTEN:

- Darstellung durch einheitliches, einfach verständliches Logo
- Zertifizierung & Kontrolle: Nur Betriebe mit geprüften Bio-Produkten dürfen werben
- Transparenz auf einen Blick:
 - Welche Produkte sind in Bio-Qualität?
 - Wie hoch ist der Bio-Anteil am gesamten Wareneinsatz?



WARUM IST FAIRER HANDEL WICHTIG?

- Fairer Handel sichert Produzenten in Entwicklungs- und Schwellenländern existenzsichernde Einkommen, bessere Arbeitsbedingungen und fördert soziale sowie ökologische Standards.
- Besonders relevant bei Produkten wie Kaffee, Kakao, Tee, Bananen und Gewürzen, die häufig in der Außer-Haus-Verpflegung eingesetzt werden.

8 IDEEN, UM KONKRET IN DIE UMSETZUNG ZU GEHEN:

Phase 1 – Sofort umsetzbar (hohe Wirkung, geringe Hürde)

- 1. Regionale & saisonale Produkte priorisieren**
 - Nutzung saisonaler Gemüse- & Obstkalender
 - Umstieg auf Frischprodukte aus regionalem Anbau
- 2. Standardzutaten mit Bio-Qualität ersetzen**
 - Besonders geeignet: Kartoffeln, Zwiebeln, Möhren, Reis, Mehl, Milch
 - Fokus auf Produkte mit geringem Preisaufschlag
- 3. Einsatz von tierischen Produkten reduzieren**
 - Wurstwaren & Rindfleisch seltener einsetzen, z. B. "Bausteinmenüs"
 - Vegane/vegetarische Gerichte z. B. als reguläre Alternative zu Fleischgerichten anbieten
- 4. Zertifizierte Produkte bevorzugen**
 - Fairtrade (Kaffee, Schokolade, Bananen)
 - Bio-Siegel (vorzugsweise Bioland, Naturland, Demeter)
 - Seriöse Fisch-Zertifizierungen (sofern dieser unverzichtbar ist, z. B. Naturland (Wildfisch), EU-Bio (Aquakultur))
- 5. Verpackungsarme Produkte einkaufen**
 - Großgebinde bevorzugen Mehrweggebinde und Nachfüllsysteme nutzen

Phase 2 – Mittelfristige Maßnahmen (strukturverändernd)

- 6. Abfallvermeidung & Resteverwertung etablieren**
 - Portionierung überdenken
 - Kompostierbare Bioabfälle trennen und rückführen

Phase 3 – Langfristige Strategien (transformativ)

- 7. Langfristige Partnerschaften mit nachhaltigen Produzenten aufbauen**
 - Langfristige Lieferbeziehungen
 - Beteiligung an innovativen, regionalen Food-Initiativen
- 8. Transparenz & Kommunikation gegenüber Gästen**
 - Herkunft, Qualität auf der Speisekarte sichtbar machen
 - Nachhaltigkeitslogo oder Bio-AHVV-Kennzeichnung nutzen

Checklisten im Anhang:

- Nachhaltige Herkunftsoptionen Checkliste
- Überblick konventionelle Landwirtschaft und Bio
- Überblick Zertifizierung Fisch
- Zertifizierungsübersicht Bio

Bei weiterem Interesse an dem Thema Nachhaltigkeit in der Gastronomie, wenden Sie sich gerne an Ihre/n bekannte/n Ansprechpartner/in/Ihren oder dieer Vertriebsabteilung der Radeberger Gruppe KG.