



Bayerische Leitlinien Betriebsgastronomie

Nährwert mit Mehrwert

Essen am Arbeitsplatz

Gemeinschaftsverpflegung Bayern

VON EXPERTEN FÜR EXPERTEN	4
LEITGEDANKEN ZUR ESSKULTUR	7
Gesundheit	8
Regionalität	9
Ökologie	10
Wertschätzung	11
PRAKTISCHE ORIENTIERUNGSHILFEN	13
VERANTWORTUNGSVOLL EINKAUFEN	14
Regionalität/Saisonalität	14
Erkennungszeichen Herkunft	15
Ökologisch erzeugte Lebensmittel	16
Erkennungszeichen Öko-Qualität	18
AUSGEWOGENES ANGEBOT	22
Gesundheitsförderliche Menülinie	22
Vollwertiges Gesamtangebot	24
Regionaltypische Speisen	26
Handwerkliche Eigenleistung	27
WERTSCHÄTZUNG IM UNTERNEHMEN	30
Erfolgreiche Kommunikation	30
Steigerung Akzeptanz	32
Schulung/Weiterbildung	33
Anhang	34

Sehr geehrte Damen und Herren,

Ernährungsfragen sind heute Ausdruck des persönlichen Lebensstils. Damit sind auch die Erwartungen an die Betriebsgastronomie hoch: Gesundheit, Genuss und Qualität – dieser Dreiklang soll sich hier genauso wiederfinden wie an allen anderen kulinarischen Begegnungsstätten.

Die hier vorgestellten Bayerischen Leitlinien Betriebsgastronomie wurden gemeinsam mit erfahrenen Praktikern und Vertretern aus Wissenschaft und Wirtschaft erarbeitet und in Pilotkantinen erprobt. Sie beschreiben, wie Sie täglich für viele Essensgäste eine gute, gesunde und bayerisch geprägte Verpflegung gewährleisten können. Herkunft und Qualität der Lebensmittel spielen dabei eine wichtige Rolle. Sie als Großverbraucher entscheiden mit, was beides wert ist.

Das Bayerische Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten sieht die gesundheitsförderliche und nachhaltige Verpflegung in der bayerischen Betriebsgastronomie als ein zentrales Handlungsfeld. Deshalb unterstütze ich die Verantwortlichen bei der Umsetzung der Leitlinien mit acht Fachzentren Ernährung/Gemeinschaftsverpflegung.

Ich wünsche mir, dass diese Leitlinien zu einer maßgebenden Orientierungshilfe für gutes und regionaltypisches Essen am Arbeitsplatz in bayerischen Behörden und Unternehmen werden und im Betrieblichen Gesundheitsmanagement ebenso wie im Unternehmensleitbild ihren Platz finden.



Helmut Brunner
 Bayerischer Staatsminister
 für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten



Von Experten für Experten

In der Betriebsgastronomie werden täglich in Bayern Tausende Menschen bekocht. In dieser Quantität steckt großes Potenzial – auch für Qualität. Entscheidungen, die hier gefällt werden, wirken sich vielfach aus: auf Mensch, Umwelt und Gesellschaft. Führungs- und Fachkräfte der Betriebsgastronomie entscheiden daher mit, ob es gelingt, den Dreiklang aus Gesundheit, Genuss und Qualität gesellschaftlich zu verankern.

Wir wollen Sie dabei begleiten und Sie für diese Aufgabe begeistern, motivieren und wappnen.

Die Bayerischen Leitlinien Betriebsgastronomie wurden von Experten für Experten erarbeitet – eine Orientierungshilfe für Entscheidungsträger und Verantwortliche. Sie zeigen auf, wie wir eine gute Betriebsverpflegung definieren, wie sie in der Praxis umgesetzt werden kann und wie man es schafft, dass ein solch hochwertiges Angebot im Unternehmen auch wahrgenommen und wertgeschätzt wird.

Im ersten Teil stellen wir Ihnen in vier Leitgedanken unsere Philosophie vor. Im zweiten, umfassenderen Teil geben wir praktische Anregungen für Auswahl und Einkauf der Lebensmittel, die Speiseplangestaltung und die Verankerung der Betriebsgastronomie im Unternehmen.

An dieser Stelle ein großes Dankeschön für die wertvolle Zusammenarbeit, Unterstützung und Beratung bei der Entwicklung der Leitlinien! Erarbeitet wurden diese vom Kompetenzzentrum für Ernährung (KErn) im Auftrag des Bayerischen Staatsministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF).

Ein unabhängiges Fachgremium aus Vertretern der Praxis, der Wirtschaft und der Wissenschaft hat die Arbeit beratend unterstützt. Die fundierten Erfahrungen dieser Experten stellen sicher, dass die erarbeiteten Leitgedanken und Orientierungshilfen sich im Alltag realisieren lassen.

Mitgewirkt haben Vertreter folgender Berufsverbände und Institutionen:

- _ Deutsche Gesellschaft für Ernährung e.V. (DGE e.V.)
- _ Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
- _ Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband, DEHOGA Bayern e.V.
- _ Landesverband der Köche Bayern im VKD e.V.
- _ Verantwortliche aus Einrichtungen der bayerischen Betriebsgastronomie

Der Beirat wurde zusätzlich von Vertretern des ökologischen Landbaus und Handels und der Ökologischen Akademie e.V. beratend unterstützt.





Leitgedanken zur Esskultur

Gutes Essen ist Erlebnis, Auszeit, Gemeinschaft, Kraft tanken, genießen. Gutes Essen hat für Menschen einen hohen Stellenwert – auch am Arbeitsplatz. Wenn hier Genuss, Gesundheit und Qualität Hand in Hand gehen, gewinnen alle Seiten: Mitarbeiter und Unternehmen genauso wie Küchenprofis und Produzenten, Umwelt und Esskultur. In diesem Sinne gestalten Küchenprofis weit mehr als Speisepläne.

Gerade dort, wo täglich große Mengen an Speisen zubereitet werden, fällt jedes noch so kleine Umdenken ins Gewicht. Die Betriebsgastronomie mit ihren zahlreichen Essensgästen, umfangreichen Speiseplänen und riesigen Einkaufsmengen kann für Regionalität, Ökologie und Gesundheit sensibilisieren, damit Wertschätzung generieren ... und eine Pionierrolle einnehmen.

Um dieses Ziel gemeinsam zu erreichen und den Alltagspagat zwischen Anspruch und Budget zu erleichtern, haben wir entsprechend unserer Philosophie vier Leitgedanken entwickelt.

- > Gesundheit
- > Regionalität
- > Ökologie
- > Wertschätzung



LEITGEDANKE

Gesundheit

Wer sich auch am Arbeitsplatz ausgewogen und gesund ernährt, ist nachweislich leistungsfähiger, aktiver und belastbarer.

Eine gesunde Küche fängt schon beim Einkauf an. Achten Sie dabei auf gute Qualität und einen hohen Anteil frischer Waren, die auch Region und Saison spiegeln. Schonende Zubereitung und kluge Speisekombinationen sorgen dann dafür, dass Berufstätige fit durch ihren Arbeitstag kommen.

Wissen, was gut tut – unser Verständnis

Grundlage für die Gestaltung eines gesundheitsförderlichen Speisen- und Getränkeangebotes ist für uns der DGE-Qualitätsstandard für die Betriebsverpflegung. Dieser gibt Empfehlungen für eine vollwertige Zwischen- und Mittagsverpflegung in Betrieben und Behörden.

Eindeutig erkennbar gesunde Menülinien bzw. Komponentenkombinationen helfen den Essensgästen bei einer individuell optimalen, gesunden Speisenauswahl und -zusammenstellung.

Selbstverständlich darf der Geschmack dabei nie zu kurz kommen. Dabei liegt es an Verantwortung und Können der Küche, neben der Freude an traditionell beliebten Gerichten auch die Lust der Essensgäste auf vegetarische Speisen und phantasievolle Salat- und Gemüsebuffets zu wecken.

Eine moderne Interpretation regionaltypischer Gerichte, die Berücksichtigung kulturell geprägter Essgewohnheiten und individueller Unverträglichkeiten sind aus unserer Sicht ebenfalls selbstverständlicher Bestandteil einer gesundheitsförderlichen Betriebsgastronomie.

Jeder Gast soll ein Angebot finden, das seinen individuellen Bedürfnissen und Vorstellungen entgegenkommt, sodass er gerne zum „Gesunden“ greift.

Damit der Leitgedanke „Gesundheit“ realistisch und praktikabel im Großküchenalltag umgesetzt bzw. ausgebaut werden kann, haben wir ab Seite 22 konkrete Tipps zusammengefasst.

ZUR ORIENTIERUNG

- > *Vielfältige und abwechslungsreiche Auswahl an bedarfsgerechten Speisen.*
- > *Schonende Gar- und moderne Produktionsverfahren.*
- > *Als „gesund“ erkennbare Menülinien bzw. Komponentenkombinationen.*
- > *Augenmerk auf vegetarische Gerichte, Salat- und Gemüsebuffets.*
- > *DGE-Qualitätsstandard für die Betriebsverpflegung als Grundlage.*



LEITGEDANKE

Regionalität

Es gibt viele Gründe, zu regionalen – und damit häufig saisonalen – Lebensmitteln zu greifen. Sie reichen vom Genussfaktor erntefrischer und voll ausgereifter Lebensmittel über die Sicherheit der Herkunft bis zur Stärkung der heimischen Wirtschaft. Der Einblick in die gesamte Wertschöpfungskette schafft Vertrauen zwischen Verbraucher und Erzeuger. Hieraus kann wiederum eine höhere Wertschätzung für eine bewusste und gesunde Ernährung wachsen.

Durch die Verwendung regionaler und saisonaler Zutaten ergibt sich das regelmäßige Angebot regionaltypischer Gerichte fast wie von selbst. Positiver Nebeneffekt ist dadurch auch die Bewahrung und Weiterentwicklung der bayerischen Esskultur.

Wissen, wo's herkommt – unser Verständnis

Der Begriff „Regionalität“ bezieht sich auf die Herkunft der Lebensmittel und zielt auf regionale Kreisläufe, möglichst kurze Wege und Glaubwürdigkeit ab. Im Fall dieser Leitlinien gilt Bayern als Bezugsgröße.

Stammen die Lebensmittel aus einer nachvollziehbar definierten Region, z. B. „aus der Rhön“, gelten sie dann als regional, wenn Bayern Teil dieses Herkunftsgebietes ist. Es muss in jedem Fall erkennbar sein, dass das Lebensmittel in der Region erzeugt bzw. verarbeitet wurde, wie z. B. bei Lebensmitteln aus der Direktvermarktung.

Damit der Leitgedanke „Regionalität“ realistisch und praktikabel im Großküchenalltag umgesetzt bzw. ausgebaut werden kann, sind ab Seite 14 und Seite 26 konkrete Tipps zusammengefasst.

ZUR ORIENTIERUNG

- > *Einkauf regionaler Lebensmittel, wann immer möglich.*
- > *Berücksichtigung der Saison.*
- > *Erste Bezugsgröße für Regionalität ist Bayern.*
- > *Orientierung beim Einkauf geben Regionalsiegel und Regionalfenster.*
- > *Regionaltypische Rezepturen prägen neben dem regionalen Einkauf eine bayerische Betriebsverpflegung.*



LEITGEDANKE

Ökologie



LEITGEDANKE

Wertschätzung

Bio-Produkte sind mehr als nur ein Trend – schon heute haben sie einen festen Platz in der Gesellschaft und in vielen Betrieben. Hier steckt noch viel Potenzial. Die Betriebsgastronomie kann eine Vorreiterrolle einnehmen und ökologischen Produkten den notwendigen Stellenwert bei der Alltagsverpflegung geben. Von einer ökologischen Landwirtschaft profitieren alle: Klima, Böden, Gewässer, Pflanzen, Tiere und Menschen. Im Leitgedanken Ökologie können sich dann auch die Aspekte Regionalität, Gesundheit und Wertschätzung zu einem stimmigen Ganzen finden.

Ökologisch zu denken schließt kurze Transportwege ein. Deshalb spielt die Herkunft auch hier eine Rolle: Ökologische Lebensmittel aus Bayern können diesen Anspruch erfüllen.

Wissen, wie's produziert wurde – unser Verständnis

Bio-Zertifizierungen und Bio-Siegel stehen für nachweislich ökologische Pflanzen- und Tierproduktion. Nur sie garantieren, dass der europäische Mindeststandard für ökologische Produktion erfüllt ist, je nach Bio-Siegel auch deutlich mehr. Dies umfasst auch Haltungsbedingungen und Tierwohl.

Eine gute Verpflegung schließt ökologische Lebensmittel, möglichst aus der Region, selbstverständlich ein, sei es, dass zum Einstieg einzelne Produktgruppen wie Kartoffeln aus ökologischem Anbau stammen, eine Bio-Menülinie eingeführt oder im Ziel die Bio-Zertifizierung der gesamten Küche angestrebt wird: Jeder Betrieb soll auch hier seine Möglichkeiten nach oben ausschöpfen.

Zum ökologischen Gedanken passt auch, beim Einkauf von Meeresfischen angesichts überfischter Meere auf Nachhaltigkeit zu achten.

Auch unter fairen Bedingungen erzeugte Waren aus Entwicklungsländern sind Teil des Nachhaltigkeitsgedankens.

Damit der Leitgedanke „Ökologie“ realistisch und praktikabel im Großküchenalltag umgesetzt bzw. ausgebaut werden kann, haben wir ab Seite 16 konkrete Tipps zusammengefasst.

ZUR ORIENTIERUNG

- > *Betriebsindividuelle Festlegung eines Mindestanteils an Bio-Ware.*
- > *Berücksichtigung von Bio-Zertifizierungen und Öko-Siegel beim Einkauf.*
- > *Einkauf ökologischer Lebensmittel möglichst aus der Region – Nachfrage erzeugt Angebot.*
- > *Fairtrade-Produkte und solche aus bestandserhaltender Fischerei sind Teil einer nachhaltigen Verpflegung.*
- > *Jeder kann einsteigen: Vor dem Start zu mehr Ökologie im Betrieb liegt die Analyse.*

Unternehmen und Betriebsgastronomen sind Gastgeber und wollen mit gutem Essen begeistern. Wer sich seines erweiterten Auftrags und Spielraums bewusst ist, gestaltet mehr als nur den Speiseplan: Herausragende betriebsgastronomische Leistungen können Gäste, Küchenkräfte und Unternehmen vom Wert einer gesunden, regionalen und nachhaltigen Verpflegung überzeugen und für Neues motivieren ... wenn sie davon wissen. Dies gelingt, wenn die Kommunikation stimmt: nach innen wie nach außen.

Erst wenn ein Verpflegungsleitbild definiert ist und von der gesamten Unternehmenshierarchie mitgetragen wird, bekommt die Betriebsgastronomie die Wertschätzung im Unternehmen, die sie verdient. Die Verankerung im Unternehmensleitbild und die Integration in das Betriebliche Gesundheitsmanagement (BGM) sind sichtbare Zeichen dafür.

Gut gedacht und gut gemacht – unser Verständnis

Wer Veränderungen einführen will, muss alle mit auf die Reise nehmen. Verantwortliche, Essensgäste und das Küchenteam müssen wissen und verstehen, warum die Dinge passieren – und dass sie selbst davon profitieren: von leistungsfähigen Mitarbeitern, die sich im Unternehmen wohlfühlen; von einem Küchenteam, das sich den Herausforderungen eines handwerklich anspruchsvollen Speiseangebotes gerne stellt und von begeisterten Essensgästen, die die Qualität der Lebensmittel und Speisen schätzen.

Dass dies dann auch der eigenen Gesundheit, der Region, der Umwelt und der heimischen Land- und Ernährungswirtschaft nützt – auch darüber aufzuklären ist eine Aufgabe, der sich eine gute Betriebsgastronomie stellt. Denn nur so entsteht Wertschätzung für ein modernes und anspruchsvolles Verpflegungskonzept.

Damit der Leitgedanke „Wertschätzung“ realistisch und praktikabel im Großküchenalltag umgesetzt bzw. ausgebaut werden kann, haben wir ab Seite 30 konkrete Tipps zusammengefasst.

ZUR ORIENTIERUNG

- > *Ein eigenes Verpflegungskonzept ist Bestandteil von Unternehmensleitbild und BGM.*
- > *Erfolgreich ist nur, wer alle mitnimmt: Gäste wie Lieferanten, Küchenteam wie Unternehmensleitung.*
- > *Kommunikation über das betriebseigene Verpflegungskonzept weckt Interesse und führt zur Wertschätzung im Unternehmen.*



Praktische Orientierungshilfen für den Alltag

Wer Ja zu den Leitgedanken sagt, will diese auch im Unternehmensalltag umsetzen. Die folgenden Seiten bieten Orientierungshilfen, wie das gelingen kann. Dazu haben wir drei Bereiche definiert, in denen Küchenleiter und andere Verpflegungsverantwortliche die maßgeblichen Entscheidungen fällen, die die Qualität der Verpflegung sichern: Einkauf, Speisenangebot und Kommunikation.

Der Einkauf entscheidet über Lebensmittelqualität: über die Frische, die Regionalität und die Ökologie, aber auch über fairen Handel und Nachhaltigkeit im Unternehmen. Wichtig ist, genau hinzusehen.

Entscheidend für den Gast aber ist, was auf dem Teller liegt. Eine gesunde Menülinie, die Lust zum Zugreifen macht, muss dabei sein. Wenn dann noch bayerische Esskultur und Freude am Kochen täglich spürbar werden, hat die Betriebsgastronomie schon fast gewonnen. Doch erst eine gute und umfassende Kommunikation sorgt dafür, dass Qualität auch wahrgenommen und geschätzt wird. Sie erst überzeugt Ihre Gäste, Mitarbeiter, Lieferanten und die Unternehmensleitung von den Leistungen der Küche.

- > VERANTWORTUNGSVOLL EINKAUFEN
- > EIN AUSGEWOGENES ANGEBOT GESTALTEN
- > ERFOLGREICH KOMMUNIZIEREN

Einkauf regionaler Lebensmittel



Der Einkauf regionaler Lebensmittel verringert Transportwege, stärkt die heimische Landwirtschaft und fördert die Wirtschaftskraft vor Ort. Eng verknüpft mit der Regionalität ist oft auch die Saisonalität – insbesondere bei frischem Obst, Gemüse und Salat.

Ein weiteres Plus in Sachen Genuss und Gesundheit: Heimisches Obst und Gemüse wird meist geerntet, wenn es reif ist, erreicht somit seinen optimalen Geschmack und den vollen Gehalt an wertvollen Inhaltsstoffen.

Anhaltspunkt für das Einkaufsvolumen

Ein geldwerter Anteil an regionalen Lebensmitteln von bis zu 40 Prozent des Gesamteinkaufsvolumens gilt unter Fachleuten als gut realisierbar. Gehen Sie dieses Ziel Schritt für Schritt an, definieren Sie „Ihren“ Wert im Verpflegungskonzept als Teil des Unternehmensleitbildes und beziehen Sie Ihr Küchenteam bei der Entscheidung mit ein: Mehr Regionales bedeutet in der Regel auch mehr professionelles Handwerk in der Küche.

Erkennungszeichen Herkunft

Gerade in Bayern genießen regionale Produkte eine hohe Wertschätzung und werden verstärkt nachgefragt. Zahlreiche Labels und Siegel leisten eine Orientierungshilfe, um die Herkunft der Produkte – oftmals in Verbindung mit Qualitätsstandards – zu erkennen.

Das bundesweite Regionalfenster beinhaltet ausschließlich Aussagen zur Herkunft der eingesetzten landwirtschaftlichen Zutaten, über den Ort der Verarbeitung, den Anteil regionaler Bestandteile am Gesamtprodukt sowie die jeweilige Prüfinstitution. Es wurde 2014 bundesweit eingeführt.

GEPRÜFTE QUALITÄT – BAYERN (GQ)



Das staatliche Qualitäts- und Herkunftssicherungsprogramm „Geprüfte Qualität – Bayern“ bietet stufenübergreifende Kontrollen: Damit trägt es Sorge für die Einhaltung spezifischer Qualitätskriterien und die bayerische Herkunft in der gesamten

Lebensmittelkette. Das Programm schreibt zusätzliche Anforderungen an Produktion und Verarbeitung vor, deren Erfüllung von zugelassenen privatwirtschaftlichen Zertifizierungsstellen und unter staatlicher Aufsicht kontrolliert wird. Mehr dazu: www.gq-bayern.de

BAYERISCHES REGIONALSIEGEL

Dieses Siegel basiert auf dem Zeichen „Geprüfte Qualität – Bayern“. Es kombiniert die hohen Qualitätsstandards des GQ-Programms mit der Herkunft aus einem klar definierten Gebiet. Beides wird unter staatlicher Aufsicht kontrolliert und garantiert. Sämtliche Produkte und Inhaltsstoffe müssen zu 100 Prozent aus der jeweiligen Region kommen. Das bekannte weiß-blaue GQ-Siegel wird dazu durch einen regionsspezifischen Zusatz mit leicht erkennbarem Logo ergänzt.

HERKUNFTSSCHUTZ VON REGIONALINITIATIVEN

In Bayern existieren mehr als 60 Regionalinitiativen. Diese unterscheiden sich in der Definition der Region, in der Produktionstiefe bei verarbeiteten Produkten, im Kontroll- und Zertifizierungssystem sowie in den Zusatzkriterien. Entscheiden Sie selbst, welche Initiativen zu Ihnen und Ihrer Region passen: www.regionales-bayern.de

EUROPÄISCHE SIEGEL

Die EU bietet seit 1992 mit ihrem Herkunftsschutzsystem Unternehmen der Agrar- und Ernährungswirtschaft die Möglichkeit, geografische Bezeichnungen von Produkten wie z. B. „Bayerisches Bier“ oder „Allgäuer Bergkäse“ schützen zu lassen. Es werden zwei Schutzanforderungen unterschieden:

GESCHÜTZTE URSPRUNGSBEZEICHNUNG



Bei der „Geschützten Ursprungsbezeichnung“ (g. U.) müssen sowohl Rohstoffherzeugung als auch Verarbeitungs- und Herstellungsprozess in dem besagten geografischen Gebiet nach einem anerkannten und festgelegten Verfahren erfolgen.

GESCHÜTZTE GEOGRAFISCHE ANGABE



Bei der „Geschützten geografischen Angabe“ (g. g. A.) muss nur einer der Prozesse Erzeugung, Verarbeitung und Herstellung in dem betreffenden Herkunftsgebiet stattfinden.

KONKRETE TIPPS

- > Informieren Sie sich zuerst bei Ihren Lieferanten, welche regionalen Lebensmittel je nach Saison geliefert werden können.
- > Achten Sie insbesondere bei Obst, Gemüse und Salat auf saisonale Angebote.
- > Ein Saisonkalender zeigt zu jeder Jahreszeit, was aktuell aus heimischem Anbau zur Verfügung steht.
- > Fordern Sie Nachweise zur regionalen Herkunft ein und dokumentieren Sie diese z. B. durch Lieferscheine, Zertifizierungsnachweise etc.
- > Die fortlaufende Dokumentation des Anteils der regionalen Lebensmittel am Gesamteinkaufsvolumen hilft dabei, den Überblick zu behalten.
- > Bauen Sie kontinuierlich regionale Lieferantennetzwerke bzw. direkte Geschäftsbeziehungen zu Landwirten auf.
- > Besuchen Sie die Betriebe insbesondere zu Beginn der Lieferbeziehung.
- > Nutzen Sie das neue Portal des StMELF „Wirt sucht Bauer“: www.wirtsuchtbauer.de
- > Beachten Sie die Herkunftszeichen zur Regionalität.

Einkauf ökologisch erzeugter Lebensmittel



Das Bayerische Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten hat im Frühjahr 2012 das Landesprogramm BioRegio 2020 angekündigt. Ziel ist, das regionale Öko-Angebot gemeinsam mit Produzenten, Unternehmen, Küchenprofis und Endverbrauchern bis 2020 zu verdoppeln.

Idealerweise legen Sie schon im Verpflegungskonzept einen (Mindest-) Anteil an ökologisch erzeugten Lebensmitteln oder Speisen fest.

Anhaltspunkt für das Gesamteinkaufsvolumen

Wenn feststeht, welche Produkte aus ökologischer Produktion Sie verwenden wollen, überlegen Sie, was davon aus Bayern kommen kann. Als Richtgröße bei der Einführung bayerischer Bio-Produkte gilt: Öko-Lebensmittel sollen mindestens 25 Prozent Anteil am regionalen Einkaufsvolumen ausmachen. Einsteiger erreichen dies durch eine allmähliche, aber stete Anhebung des Anteils. Gehen Sie dabei Schritt für Schritt und nach Produktgruppen vor (siehe Grafik). Die Verfügbarkeit in der Region bestimmt die Reihenfolge mit.

Setzen Sie sich zum Ziel, Ihre Küche selbst bio-zertifizieren zu lassen. Nur dann können Sie die Bio-Qualität Ihrer Speisen hervorheben und zu einem Aushängeschild machen.

GUT ZU WISSEN

- > Voraussetzung einer Auslobung der ökologischen Qualität der Speisen ist eine Bio-Zertifizierung der Küche.
- > Überprüfen Sie Bio-Lebensmittel auf eindeutige Etikettierung (Name mit Zusatz „Öko-“ oder „Bio-“, Nummer der Kontrollstelle, EU-Bio-Siegel) und klare Erkennung auf dem Lieferschein als Bio-Lebensmittel. Details zu den Siegeln finden Sie auf den übernächsten Seiten.
- > Produkte aus ökologischem Anbau können weniger einheitlich in Gebindegröße, Form, Gewicht und Verarbeitungsgrad als gewohnt sein. Dies erfordert gegebenenfalls mehr Flexibilität in der weiteren Verarbeitung.
- > Geringere Preisstabilität lässt sich durch langfristige Lieferanten-Partnerschaften ausgleichen.
- > Aufgrund der Pflicht zur getrennten Lagerhaltung von Artikeln aus ökologischer und konventioneller Erzeugung kann es zu Engpässen in der Lagerkapazität kommen. Dies können Sie durch Grundsatzentscheidungen vermeiden: Welche Artikel werden in konventioneller und welche in ökologischer Qualität gekauft?
- > Produkte aus artgerechter bzw. ökologischer Tierhaltung und Fütterung haben ihren Preis. Dem höheren Kostendruck können Sie u.a. entgegenwirken, indem Sie den Fleischanteil der Rezeptur verringern.
- > Auch die Verpackung zählt: Bevorzugen Sie Mehrweg- und sortenreine Verpackungen.



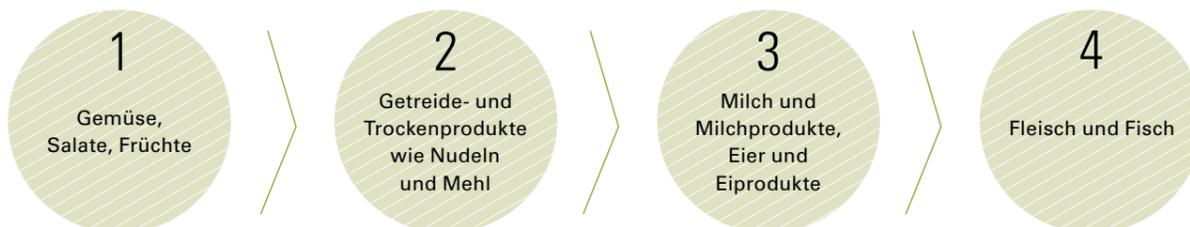
KONKRETE TIPPS

- > *Bevorzugen Sie ökologische Lebensmittel aus regionaler Erzeugung. Dabei hilfreich sind:*
 - _ der kontinuierliche Aufbau eines regionalen Lieferantennetzwerkes bzw. von Geschäftsbeziehungen zu Direktvermarktern,
 - _ Kooperationsvereinbarungen mit anderen betriebsgastronomischen Einrichtungen, um Nachfrage-Impulse bei regionalen Betrieben zu erzeugen,
 - _ Lieferanten-Partnerschaften mit Absprachen zu Jahrespreisen und
 - _ regelmäßige Recherchen über neue Bezugsquellen.
- > *Erfassen und dokumentieren Sie den Anteil der regionalen Lebensmittel aus ökologischem Anbau, um den Überblick zu haben.*
- > *Durch enge Zusammenarbeit und vorausschauende Planung mit Lieferanten können Sie eventuelle Lieferengpässe minimieren bzw. vermeiden.*
- > *Achten Sie insbesondere bei Meeresfisch darauf, dass er aus bestandserhaltender, umweltschonender Fischerei bzw. ökologischer Aquakultur kommt.*
- > *Greifen Sie bei Lebensmitteln, die nicht aus EU-Landwirtschaft kommen, zu Produkten aus fairem Handel und ökologischer Erzeugung. Das betrifft z. B. Kaffee, Tee, Kakao und Reis genauso wie Südfrüchte und daraus gewonnene Säfte.*

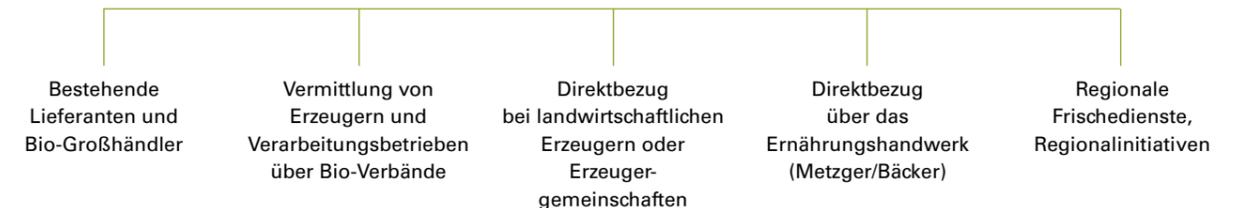
WICHTIG ZU WISSEN:

Hier geht es um den Einstieg in den Bereich Ökologie. Wer sein Profil hier zusätzlich schärfen will, wird sein Öko-Angebot kontinuierlich ausbauen bis zu einer reinen Bio-Verpflegung.

SCHRITT FÜR SCHRITT ZU BIOREGIO-PRODUKTEN



BEZUGSQUELLEN



Erkennungszeichen Öko-Qualität



Das bayerische Öko-Zeichen

Seit 2003 setzt Bayern damit ein Zeichen für ökologisch erzeugte Produkte mit nachvollziehbarer Herkunft. In den Qualitätskriterien für das bayerische Öko-Zeichen werden die hohen Qualitätsstandards der bayerischen Öko-Verbände Bioland, Naturland, Demeter und Biokreis mit der regionalen Herkunftsangabe verknüpft. Sie sind deutlich strenger als die Vorgaben aus der EU-Öko-Verordnung.

Träger des Zeichens „Öko-Qualität garantiert – Bayern“ ist der Freistaat Bayern, vertreten durch das Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten. Über Lizenzvergaben und die Genehmigung der Qualitäts- und Prüfbestimmungen entscheidet das Ministerium.

Lebensmittel aus ökologischem Anbau sind generell durch folgende Siegel geschützt:

EU-Bio-Logo



Durch die EU-Rechtsvorschriften für den ökologischen Landbau ist die Kennzeichnung vorverpackter Bio-Lebensmittel mit dem EU-Bio-Logo, dem dazugehörigen Kontrollstellencode und einer allgemeinen Herkunftsangabe der Zutaten seit dem 1. Juli 2012 verbindlich vorgeschrieben. Dies gilt für Produkte aus dem ökologischen Landbau und Bio-Lebensmittel, die einen Verarbeitungsschritt in der Europäischen Gemeinschaft erfahren.

Nationales deutsches Bio-Siegel



Das nationale deutsche Bio-Siegel als markengeschütztes Zeichen wird weiterhin unverändert zusammen mit dem EU-Bio-Logo für die Kennzeichnung von Bio-Lebensmitteln verwendet.

Deutsche Bio-Verbände



In Deutschland gibt es vier Öko-Verbände: Bioland, Naturland, Biokreis und Demeter. Jeder Verband hat eigene Richtlinien für Erzeugung und Verarbeitung von Öko-Lebensmitteln. Diese Richtlinien gehen weit über die Anforderungen der EU-Öko-Verordnung, den gesetzlichen Standard, hinaus.

Um den Öko-Landbau in Bayern gemeinsam voranzubringen, haben sich die vier Verbände in einer Dachorganisation, der Landesvereinigung für den ökologischen Landbau in Bayern e.V. (LVÖ), zusammengeschlossen.

Auf der Suche nach Lieferanten, Rezeptanregungen und Infos über Bio-Zertifizierung gastronomischer Betriebe helfen folgende Links:

Infos für Großküchen:

Zentrales Informationsportal:
www.oekolandbau.de

Bioland e.V.:
www.bioland.de/infos-fuer-partner/gastronomie.html

Naturland e.V.:
www.naturland.de/gastronomie.html

Bio-Spitzenköche:
www.oekolandbau.de/verbraucher/biospitzenkoeche

BioMentoren:
www.biomentoren.de

Bio-Siegel:
www.bio-siegel.de

Bio-Verbände und Dachorganisation:

www.bioland.de

www.naturland.de

www.biokreis.de

www.demeter.de

Messen:

BioFach – Weltleitmesse für Bio-Produkte in Nürnberg:
www.biofach.de

BioSüd – Messe für den Biofachhandel in Augsburg:
www.biosued.de

DAS BAYERISCHE ÖKO-ZEICHEN STEHT FÜR

REGIONALITÄT

- > Herstellung und Verarbeitung in der Region
- > Beitrag zum Erhalt der Kulturlandschaft in der eigenen Region
- > Stärkung der regionalen Wirtschaftskreisläufe
- > Unterstützung der einheimischen Bauern



WIRTSCHAFT IM EINKLANG MIT MENSCH UND NATUR

- > Ökologische Erzeugung
- > Ohne Gentechnik erzeugt
- > Verringerung der negativen Umweltwirkungen des Straßenverkehrs

GLAUBWÜRDIGKEIT UND QUALITÄT

- > Garantierte, nachvollziehbare Herkunft
- > Mehr Frische bei verderblichen Waren
- > Kurze Wege zwischen Erzeugern und Verbrauchern
- > Höhere Standards als von der EU vorgegeben

FÜNF FRAGEN AN KURT STÜMPFIG

Ein »Bionier« der ersten Stunde

Kurt Stümpfig und sein Küchenteam kochen täglich bis zu 2.600 Mahlzeiten für die Mitarbeiter des Technologiekonzerns Linde. Nach seiner Kochausbildung arbeitete er erst in der Gastronomie, 1990 wechselte er dann in die Gemeinschaftsverpflegung (GV). Als Biopionier war Stümpfig einer der Ersten, die ihre Betriebsverpflegung auf Bio-Lebensmittel umstellten, seit 2005 ist diese sogar bio-zertifiziert. Der Anteil der Bio-Lebensmittel liegt bei 40 bis 60 Prozent, davon stammt ein großer Teil von regionalen Landwirten. 2010 erhielt Stümpfig den Branchenpreis GV-Manager des Jahres in der Kategorie Betriebsverpflegung.



Herr Stümpfig, in Sachen Vereinbarkeit von Bio und Betriebskantine sind Sie Pionier der ersten Stunde. Wann haben Sie auf bio, regional und saisonal umgestellt – und vor allem: warum?

Auf den Weg habe ich mich bereits 1996 begeben. Lebensmittelkandale und die Verantwortung für die täglichen Tischgäste haben mich bestärkt, diesen Weg weiter zu begehen und noch mehr zu forcieren.

Essen ist ja durchaus ein emotionales Thema und Menschen sind Gewohnheitstiere: Wie haben Sie es geschafft, Ihr Team genauso für die Umstellung zu begeistern wie Ihre Gäste?

Ich habe mein Team bereits vor dem Start mit in den Prozess einbezogen. Nur Mitarbeiter, die die Gründe für Veränderungen verstehen und nachvollziehen können, unterstützen den neuen Weg und stehen dahinter. Ohne Team ist eine Umstellung nicht möglich. Wir haben gemeinsam Bio-Erzeugerbetriebe besichtigt, uns Wissen eingeholt ... und natürlich die Waren und Produkte verkostet. Der Gaumen entscheidet mit!

Welche Rolle spielt die „Küche“ im Rahmen des betrieblichen Gesundheitsmanagements?

Lange Zeit hat niemand beim betrieblichen Gesundheitsmanagement an eine gesunde, frische, vitaminreiche, leicht verdauliche, gesundheitsfördernde und leistungssteigernde Ernährung gedacht. Im Jahr 2013 haben wir (Personalabteilung, Betriebskrankenkasse und BGM) gemeinsame Aktionen und Gästeformationen vorbereitet. Diese haben wir im Jahr 2014 eingeführt und umgesetzt. „Mehr Lebensqualität & Lebensfreude = mehr Leistungsfähigkeit.“



Welche Rolle spielt in Ihrem Konzept die Regionalität? Und wie wichtig ist sie den Gästen?

Die Regionalität spielt hierbei eine wichtige Rolle. Wir prüfen immer zuerst, ob wir die benötigten Lebensmittel regional und bevorzugt in Bio-Qualität beziehen können. Für uns stehen grundsätzlich die Lebensmittelqualität, die Frische, möglichst kurze Transportwege und faire Lieferantenbeziehungen im Fokus. Wir informieren unsere Tischgäste über den Speiseplan mit einem anhängenden Lieferantenverweis über den Bezug der Lebensmittel. Viele unserer Tischgäste kennen die Betriebe, die sich bei Aktionen direkt in unserem Foyer (Betriebsrestaurant) vorstellen, oder von persönlichen Besuchen im Hofladen. Dadurch sind wir sehr transparent und glaubwürdig – dies schafft Vertrauen.

Welchen Tipp würden Sie Kollegen geben, die mit dem Gedanken spielen, in ihrer Küche auf frische, regionale, saisonale und biologische Produkte umzustellen?

Wie bereits ausgeführt: zuerst die Mitarbeiter auf die Veränderungen vorbereiten, die Tischgäste informieren und dann mit beliebten Renner-Gerichten starten. Zum Beispiel mit einem herzhaften Rindergulasch, einer leckeren Kartoffel-Hackfleischpfanne oder mit Spätzle- und Gemüsepfannen.

Gesunde Menülinien, die gut schmecken und gut tun



Zeigen Sie Ihren Gästen mit mindestens einer gesundheitsförderlichen Menülinie bzw. mit Komponenten-kombinationen, dass Genuss und Gesundheit Hand in Hand gehen.

Eine gesunde, leichte und ausgewogene Ernährung ist wichtig für das Wohlbefinden, die Konzentration und den Ausgleich von Körper und Geist. Dies gilt vor allem für die Mittagsmahlzeit. Sie leistet einen wesentlichen Beitrag zur täglichen Nährstoffversorgung.

Machen Sie es Ihren Gästen leicht und kennzeichnen Sie gesundheitsbewusste Angebote. Die Rechnung ist dabei ganz einfach: In gesundheitsförderlichen Menülinien bzw. Komponentenkombinationen sollen innerhalb von vier Wochen (das entspricht 20 Verpflegungstagen) folgende Gerichte bzw. Komponenten in entsprechenden Häufigkeiten angeboten werden:

DIE GESUNDE LINIE: GUT AUSBALANCIERT – WAS, WIE VIEL, WIE OFT

VEGETARISCHE GERICHTE

> Mindestens 8 bis 16

FLEISCHGERICHTE

> Maximal 8, davon mindestens 4 x mageres Muskelfleisch

FISCHGERICHTE

> Mindestens 4, bevorzugt Seefisch aus nicht überfischten Beständen, davon 2 x fettreicher Seefisch

STÄRKEKOMPONENTEN

> Täglich Speisekartoffeln, Reis, Teigwaren und/oder andere Getreideprodukte
> Maximal 4 x Kartoffelerzeugnisse
> Mindestens 4 x Vollkornprodukte

GEMÜSE- UND SALATKOMPONENTEN

> Täglich Gemüse, mindestens 8 x Rohkost oder Salat

OBST- UND MILCHKOMPONENTEN

> Mindestens 8 x Obst
> Mindestens 8 x Milch oder Milchprodukte

GESAMTANZAHL DER
GERICHTE IN
VIER WOCHEN:

20

Spielräume beim Gesamtangebot

Je abwechslungsreicher das Gesamtangebot, desto zufriedener die Gäste: Überraschen Sie Ihre Kunden jeden Tag mit einer Vielfalt an Gerichten und Komponenten sowie einer gesunden Menülinie. Berücksichtigen Sie dabei auch kulturspezifische und religiöse Vorlieben Ihrer Gäste sowie Nahrungsmittelunverträglichkeiten. Bieten Sie täglich mindestens ein ovo-lacto-vegetarisches Gericht an.

Bei alledem hilft es, die Speiseplanung auf der Grundlage von Rezepturen zu erstellen. Und wer saisonale Produkte bevorzugt, kauft die Abwechslung quasi gleich mit ein: Mit den Jahreszeiten ändern sich auch die Zusammenstellungen der Menüs und des Salatbuffets und die Ideen für saisonale Aktionen wie Spargelwochen.

Zubereitung und Ausgabe

Von den klassischen Garverfahren bis zum Niedertemperatur- oder Vakuumgaren – zu einer leichten und gesunden Küche gehören auch schonende Zubereitungsmethoden. So bleiben die Nährstoffe erhalten, Gemüse und Kartoffeln bissfest und Fisch und Fleisch saftig. Für die fertigen Speisen gilt: Je kürzer die Warmhaltezeit (in der Ausgabe), umso besser für Vitamingehalt, Optik und Geschmack.

Natürlich trägt auch der sparsame Umgang mit Fett, Salz und Zucker zum Wohlbefinden der Gäste bei. Frittierte oder panierte Produkte müssen Sie deswegen nicht komplett von der Speisekarte streichen, maximal zweimal pro Woche sollte aber reichen. Empfohlen wird die Verwendung von Rapsöl als Standardöl und von Jodsalz. Und anstelle von Geschmacksverstärkern ist der Griff zu frischen oder tiefgekühlten Kräutern immer die bessere Wahl.

Damit die Augen nicht größer sind, als der Magen is(st), haben sich bei der Ausgabe Portionierungshilfen bewährt. Im Fall der Selbstbedienung können Sie optimale Portionsgrößen einfach über Musterteller oder passendes Schöpfbesteck (mit-)gestalten.



Modifiziert nach „DGE-Qualitätsstandard für die Betriebsverpflegung“ 4. Auflage, Bonn 2014, S.18 ff.

Von allem etwas – ein vollwertiges Gesamtangebot



Fit durch den Arbeitsalltag

Mit einem ausgewogenen, vielseitigen und vollwertigen Angebot unterstützen Sie Ihre Gäste dabei, fit, konzentriert und erfolgreich durch ihren Arbeitstag zu kommen. Für den schnellen Überblick finden Sie im Folgenden Anregungen für eine optimale Auswahl, Zusammenstellung, Zubereitung und Ausgabe der Lebensmittel.

GETRÄNKE	GEMÜSE, SALATE, OBST, HÜLSENFRÜCHTE	GETREIDE (-PRODUKTE) UND KARTOFFELN	MILCH UND MILCHPRODUKTE	FLEISCH, WURST, FISCH, EI	ÖLE, FETTE, NÜSSE, SAMEN
<p>Täglich ein ausreichendes Angebot an Trink- und Mineralwasser, auch bei der Automatenversorgung.</p> <p>Angebot ist gut sichtbar und in Griffhöhe platziert.</p>	<p>Tägliches Angebot an Gemüse (Ausgangsprüfung frisch oder tiefgekühlt), als Rohkost und/oder gegart.</p> <p>Tägliches Angebot an Salaten.</p> <p>Tägliches Angebot an frischem Obst, (frisch oder tiefgekühlt ohne Zuckerzusatz).</p> <p>Regelmäßig Hülsenfrüchte.</p>	<p>Tägliches Angebot an Getreide und Getreideprodukten, auch in Vollkornqualität.</p> <p>Mehrmals in der Woche: Angebot an Kartoffeln, insbesondere als Salz- oder Pellkartoffeln.</p>	<p>Tägliches Angebot an Milch und Milchprodukten, auch in fettarmer Variante:</p> <ul style="list-style-type: none"> _ Milch: 1,5% Fett _ Naturjoghurt: 1,5% bis 1,8% Fett _ Käse: max. Vollfettstufe (≤50% i.Tr.) _ Speisequark: max. 20% Fett i.Tr. 	<p>Angebot an Fleisch und Fleischerzeugnissen inkl. Wurstwaren, v. a. als mageres Muskelfleisch bzw. als Belag mit max. 20% Fett;</p> <p>Angebot an Fisch aus bestandserhaltender, umweltschonender Fischerei oder Aquakultur.</p>	<p>Verwendung von Rapsöl als Standardöl.</p> <p>Angebot weiterer hochwertiger Öle am Salatbuffet.</p>

BEISPIELE FÜR DIE PRAXIS

- > Stationen zur Selbstversorgung.
- > Ungesüßte Kräuter- und Früchtetees.
- > Wasser mit einem Spritzer Zitronensaft, frischem Ingwer oder Minze.
- > Alternative: Wasserreiche Lebensmittel, wie Melonen, Tomaten, Gurken.

- > Saisonales Salat- und Gemüsebuffet plus Angebot an Mitnahmevarianten.
- > Angebot an verschiedenen Gemüsesorten, auch als Brotbelag; verschiedene Gemüsesäfte.
- > Hülsenfrüchte als Eintopf, Schmortopf oder Salat.
- > Obst als frische Stückware oder als Obstsalat, Obstspieße, Obstkuchen oder als Zutat in einem Dessert plus Angebot an Mitnahmevarianten.
- > Angebot an verschiedenen Obstsaften.

- > Reichliche Auswahl an Vollkornsemeln, Vollkornbrot, Vollkorntoasts, Vollkorn-Wraps mit fettreduziertem Brotbelag.
- > Erweitertes Frühstücksangebot mit attraktiver Müslibar.
- > Gerichte mit Vollkornnudeln (die Akzeptanz von Vollkorn lässt sich durch Mischen mit klassischer Pasta erhöhen).
- > Angebot an Bulgur-, Couscous-Salaten, Hirseauflauf, Getreidebratlingen, Polentaschnitten.

- > Fettarme Milchprodukte auch bei der Herstellung von Desserts verwenden.
- > Fettarme Käsesorten als Brotbelag anbieten.

- > Verwenden von mageren Fleischteilen für Braten, Geschnetzeltes oder Hackfleisch.
- > Angebot an magerem Aufschnitt, z. B. Putenbrust, Bierschinken etc.

BEISPIELE FÜR DIE PRAXIS

- > Neben Olivenöl auch ein Angebot an Sonnenblumen-, Hanf-, Kürbiskern- oder Leinöl aus heimischer Erzeugung.
- > Attraktive Toppings, z. B. verschiedene Kerne, Nüsse, frische Kräuter.
- > Bereits zusammengestellte Dressings, auch als Mitnahme-Artikel.



Modifiziert nach „DGE-Qualitätsstandard für die Betriebsverpflegung“ 4. Auflage, Bonn 2014, S.12 ff.



EIN AUSGEWOGENES ANGEBOT GESTALTEN

Typisch bayerisch – regionale Speisen

Ob Pichelsteiner Eintopf, Fränkischer Sauerbraten, Aischgründer Karpfen, Oberpfälzer Blotz oder Schwäbische Krautkrapfen – lassen Sie das Thema Regionalität einfach in Ihr Gesamtangebot einfließen. Heben Sie Ihre regionalen Schätze. Dafür bietet sich die gesundheitsförderliche Menülinie genauso an wie jede andere. Der Blick auf das saisonale Warenangebot hilft: Was je nach Jahreszeit bei uns wächst, hat auch früher schon zum ein oder anderen Rezept inspiriert.

Machen Sie Ihren Gästen Lust auf dieses Angebot – sie sollten das Produkt als typisch bayerisch, fränkisch, schwäbisch – jedenfalls typisch für Ihre Region in Bayern wahrnehmen können. Aber trauen Sie sich ruhig, die Traditionen zu verschlanken und alte Rezepturen modern zu interpretieren: Es muss nicht immer eine schwere Schweinshaxe sein.

ZUR ORIENTIERUNG

- > *Anhaltspunkt: mindestens 6 regional-typisch geprägte Hauptgerichte in 4 Wochen.*
- > *Mindestens einmal pro Woche eine regionaltypische Vorspeise und/oder Nachspeise.*
- > *Zusätzlich einzelne Beilagen wie Kartoffelknödel, Bayerisch Kraut.*
- > *Zusätzlich saisonale Zwischenverpflegung wie Zwetschgendatschi oder Kirchweihnudeln.*
- > *Saisonaler Aktionskalender mit Themenschwerpunkten, Aktionstagen oder -wochen (z. B. Spargelwochen, Zwetschgentage, Zwiebelfest).*

EIN AUSGEWOGENES ANGEBOT GESTALTEN

Alles im Griff – die handwerkliche Eigenleistung

Von der Koch- zur Esskultur: Wenn Sie für die Zubereitung der Speisen hauptsächlich Grundprodukte verwenden, bieten Sie Ihren Gästen neben Frische und Nährstoffen auch handwerkliche Leistung und eine Küche mit eigenem Profil. Und Ihrem Team die Chance auf eigene Kreativität und (Selbst-)Bewusstsein bezüglich der eigenen Profession.

Die Verwendung frischer Lebensmittel und Grundprodukte ist die Basis der Küche – ja der Kochkunst schlechthin. Auf Komfort müssen Sie deshalb nicht verzichten. Frischküche schließt Convenience nicht komplett aus: Grundprodukte umfassen Lebensmittel der Convenience-Grade 0, 1 und 2 (Tabelle s. Seite 34). Das sind unbehandelte, küchen- und garfertige Lebensmittel. Dazu gehören u. a. geschältes Gemüse, vorgeputzte Salate, zerlegtes Fleisch und Teigwaren. Der gelegentliche Einsatz von TK-Gemüse und TK-Obst widerspricht einer handwerklich geprägten Frischküche nicht.

Putzen, schälen, schneiden – wer sich die Zeit dafür sparen will, kann sich u. a. mit regionalen Anbietern zusammentun, die diese Vorarbeiten übernehmen.

KONKRETE TIPPS

- > *Kaufen Sie TK-Gemüse ohne geschmacksgebende Zutaten wie z. B. Kräuterbutter, bestimmen Sie Fettgehalt und Geschmack selbst.*
- > *Bevorzugen Sie Fleischrohware gegenüber gewürztem bzw. fertig paniertem Fleisch.*
- > *Verzichten Sie auf Fertiggerichte.*
- > *Sollten Sie auf Instantsaucen oder Fertigungskomponenten nicht komplett verzichten, ergänzen bzw. kombinieren Sie diese mit frischen Zutaten.*
- > *Bereiten Sie selbst zu und bevorraten Sie einzelne Produkte (Fonds, Grundsaucen, passierte Tomaten o. Ä.)*

FÜNF FRAGEN AN WALTER KRATZER

Von der Chefsache zum Teamwork

Walter Kratzer leitet die Gastronomie der Allianz Deutschland AG in Unterföhring. Hier verantwortet und gestaltet er alle gastronomischen Einheiten vom Mitarbeiter- und Abendrestaurant über die Kaffeebar und das Bistro bis zum Konferenzservice und zu Abendveranstaltungen. Der gelernte Koch, Küchenmeister und Betriebswirt des Handwerks ist außerdem seit 2013 Mitglied im Prüfungsausschuss der IHK München und Oberbayern.



Gesund und regional ... seit wann arbeiten Sie nun schon nach diesem Konzept?

Der Anspruch an gute und umweltverträgliche Lebensmittel lässt uns von Anfang an ganz selbstverständlich zu gesunden und regionalen Produkten greifen.

Wie ist es Ihnen gelungen, dass Ihr Küchenteam genauso auf den Geschmack gekommen ist wie Ihre Gäste?

Nur aus guten Zutaten kann ein gutes Produkt entstehen. Unsere Mitarbeiter wissen das, unsere Gäste freuen sich auf das Ergebnis und die vielen positiven Rückmeldungen motivieren das Team. Im Übrigen ist eine hohe Lebensmittelqualität auch ein Mittel, um gute Köche anzuwerben.

Wie gewährleisten Sie ein glaubwürdiges und transparentes Angebot sowohl innerhalb des Unternehmens als auch gegenüber Ihren Essensgästen?

Glaubwürdigkeit muss man sich durch permanente „Präsenz am Gast“ über Jahre hinweg erarbeiten und immer wieder beweisen. So versuchen wir durch Informationsveranstaltungen, die Nutzung interner Kommunikationsmöglichkeiten und vor allem durch viele Gespräche Vertrauen aufzubauen. Außerdem geben

wir seit Jahren interessierten Gästen die Möglichkeit, einen Blick hinter die Kulissen zu werfen und unsere Leistung zu beurteilen. Selbstverständlich arbeiten wir auch mit den üblichen Siegeln (Bio, MSC, FairTrade usw.).

Henne oder Ei – Produkte oder Speiseplan? Inwiefern beeinflusst die Entscheidung für regionale und saisonale Waren die Speiseplanung?

Am Jahresanfang kommunizieren wir unseren kulinarischen Kalender, der für jeden Monat die saisonalen Schwerpunkte beschreibt. Die Speisenauswahl selbst wird sehr kurzfristig festgelegt – so können wir beim Einkauf das aktuelle Angebot berücksichtigen.

Sie legen ein großes Augenmerk auf Ihre Ausbildungsplätze. Können Sie beim Küchennachwuchs Trends und Tendenzen für die Betriebsgastronomie der Zukunft ablesen?

Leider geht die Zahl der Bewerber allgemein stark zurück. Auch wir haben Mühe, unsere Ausbildungsplätze zu besetzen. Wir werden uns zukünftig noch stärker um die zukünftigen Fachkräfte bemühen müssen. Deutschlandweit brechen etwa 40 Prozent der angehenden Köchinnen und Köche ihre Ausbildung ab. Uns muss es gelingen, den Kochberuf attraktiver zu machen.

Kommunikation – tue Gutes und sprich darüber



Als Betriebsgastronom tragen Sie wesentlich zu Gesundheit, Wohlbefinden und Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter bei. Das ist nicht jedem bewusst. Doch Sie können viel dafür tun, dass Ihre Arbeit wahrgenommen und wertgeschätzt wird. Entscheidend ist dabei eine funktionierende Kommunikation nach allen Seiten. Ob Gäste, Team, Unternehmensleitung oder Lieferanten – versetzen Sie sich in Ihr Gegenüber hinein: Was könnte die jeweilige Zielgruppe interessieren? Womit kann ich sie

begeistern? Über welche Medien kann ich sie erreichen? Dabei helfen eine offene, freundliche und dialogische Wortwahl und Tonalität. Das Wichtigste sind durchdachte, glaubwürdige und nachvollziehbare Informationen. Kommunizieren Sie Ihre Motivation, Ansprüche und Zielvorstellungen sowohl innerhalb des Küchenteams und des Unternehmens als auch gegenüber Gästen und Lieferanten.

ALLE INS BOOT HOLEN: KOMMUNIKATION MIT DEM KÜCHENTEAM

- > Information über das neue Verpflegungskonzept bei einer speziell dafür initiierten Veranstaltung.
- > Kontinuierliche und praxisorientierte Schulungen, Trainings oder Workshops über Inhalte, Ziele und fachliche Themen.
- > Motivation der Mitarbeiter durch Partizipation, Übertragung von Verantwortung und Teamarbeit hinsichtlich der Entwicklung von Maßnahmen.

APPETIT MACHEN: KOMMUNIKATION MIT DEN ESSENSGÄSTEN

- > Informationskampagnen zu Umsetzung, Hintergründen und Zielen des eigenen Verpflegungskonzepts.
- > Spezielle Beratungsangebote zu Gesundheitsthemen.
- > Information über Lieferanten und Produkte z. B. mittels eines Marktstandes im Betriebsrestaurant oder Aktionswochen.
- > Kostproben bei Neueinführung bestimmter Artikel.
- > Information über Inhaltsstoffe, Zubereitung und Co., vor allem bei Einführung neuer Rezepturen, neuer Menülinien etc.
- > Speiseplan attraktiv und übersichtlich gestalten.

GEMEINSAM QUALITÄT SICHERN: KOMMUNIKATION MIT LIEFERANTEN

- > Durchführen von Lieferantengesprächen.
- > Erstellen von Einkaufsrichtlinien, die dem Leitbild entsprechen.
- > Anpassen der Ausschreibungen.
- > Pflege von partnerschaftlichen Beziehungen.
- > Erschließen neuer Bezugsquellen.
- > Einkaufskooperationen mit anderen Kantinen.
- > Erzeuger einladen, die ihre Produkte vorstellen, Probieraktionen, Sonderwochen.

NACHHALTIG VERANKERN

- > „Runder Tisch“ mit allen wichtigen Entscheidungsträgern. Hier können sich die Vertreter der entsprechenden Abteilungen austauschen und abstimmen, z. B. Wirtschaftsleitung, Küchenleitung, Einkauf, Personalrat, Betriebliches Gesundheitsmanagement etc.
- > Nutzen aller verfügbaren Medien, z. B. Mitarbeiterzeitschrift, Internet, attraktiver und transparenter Speiseplan, Flyer, Apps, Blog.
- > Aktionen in Kooperation mit dem Betriebsärztlichen Dienst, z. B. Ernährungsberatung, Gesundheitsaktionen, Gesundheitstage etc.
- > Angebote attraktiv und erkennbar machen durch farbliche Leitsysteme, Tischaufsteller, Plakate, spezielle Dekoration etc.
- > Erstellen von Argumentationshilfen für Veränderungsprozesse.

Steigerung der Akzeptanz – alle Sinne essen mit



Gesund, regional oder bio – begeistern Sie Ihre Gäste für Ihre Angebote und Neuerungen. Von der Präsentation über den Service bis zum Ambiente – mit dem richtigen Dreh sind Essensgäste auch bereit, Ungewohntes zu akzeptieren und einen adäquaten Preis dafür zu zahlen.

Der Service

- > Gut informierte, hilfsbereite und freundliche Servicekräfte sind das Aushängeschild jeder Gastronomie. Zusätzlich helfen eine Liste der Ansprechpartner an gut sichtbaren Stellen (z. B. bei der Geschirrrückgabe) sowie Kontaktinformation im Intranet für E-Mail-Anfragen, Anregungen und Kritik.
- > Verbindliche Versprechen und Leistungen: Das Angebot hält, was der Speiseplan verspricht. Gäste können sich auf die korrekte Kennzeichnung von Zusatzstoffen, Allergenen etc. verlassen.
- > Der erste Eindruck zählt – vom Erscheinungsbild des Service- und Küchenpersonals bis zum Essensbereich. Dabei bietet sich eine Gestaltung im Corporate Design an.
- > Minimale Wartezeiten an Kasse und Ausgabestationen.
- > Übersichtliche Kommunikationsmittel, vom Speiseplan bis zum Internetauftritt.

Zufriedenheit ist messbar

- > Auf externer Ebene:
Vom Unternehmen beauftragte, aber für das Küchenteam anonyme Testesser beurteilen das Speisenangebot und den Service aus Sicht des Essensgastes.
- > Auf Ebene der Gäste:
_regelmäßige Befragungen mittels Fragebogen bzw. verschlüsselter Online-Fragebögen,
_Ermittlung der Quoten von Reklamationen und Essensbeteiligung.
- > Auf interner Ebene:
Teambefragungen.

Kritik als Chance

- > Betrachten Sie Beschwerden als Inspiration zur Verbesserung.
- > Stellen Sie den Umgang mit Kritik innerhalb einer Prozessbeschreibung sicher.
- > Unmittelbare Reaktion: Nehmen Sie den Kontakt mit dem unzufriedenen Gast so schnell wie möglich auf, um Anlass und Hintergründe zu erfahren.
- > Es ist wichtig, dem Beschwerdeführer einen direkten Ansprechpartner zu nennen, der seine Belange ernst nimmt, verfolgt und zum Abschluss bringt.
- > Bearbeiten Sie Beschwerden: Dokumentation und Abschluss, z. B. durch Korrekturmaßnahmen oder Ersatzleistungen.
- > Stellen Sie einen Briefkasten für Wünsche, Anregungen und Kritik bereit.

Ambiente und Atmosphäre

- > Ansprechende Gestaltung des Speiseraumes, z. B. Marktplatz mit offener Küche, Shop, attraktive Vitrinenanlage und ausgegliederte Aktionsbereiche.
- > Speisenausgabe und thermischer Bereich der Küche gehen über in einen offenen, einsehbaren Raum.
- > Free-Flow-Stationen: Dadurch sind Warteschlangen passé. Im Hintergrund bleibt die Produktionsküche mit Mise en Place, Salatvorbereitung, Lagerräumen und Spülküche.
- > Einsatz von freundlichen Farben.
- > Gemütlichkeit durch Loungebereiche sowie unterschiedliche Sitzanordnungen für Einzelpersonen und Gruppen.
- > Angenehme Geräuschkulisse, z. B. durch Pflanzen oder Dämmung.

Schulung und Weiterbildung – immer up to date

Wer stehenbleibt, fällt zurück. Neben den gesetzlich vorgeschriebenen Schulungen wird ein Küchenteam auf Dauer nur motiviert und fit bleiben, wenn Schulungen und Weiterbildungen so ernst genommen werden wie der Speiseplan.

Ihre Ansprechpartner in Bayern

- > Fachzentren Ernährung/Gemeinschaftsverpflegung in Augsburg, Bayreuth, Ebersberg, Fürstentfeldbruck, Fürth, Landshut, Regensburg, Würzburg.
- > Angebote für die Betriebsgastronomie:
 - _landesweite und regionale Fachtagungen
 - _regionale Arbeitskreise: ProfiTreffe
 - _Workshops
 - _Informationsveranstaltungen
 - _Aktionstage und -wochen
 - _Internetportal

Die Fachzentren Ernährung/Gemeinschaftsverpflegung stehen Ihnen gerne zur Seite. Speziell zur Umsetzung dieser Leitlinien legen sie ein Programm auf, das Sie bei der Einführung unterstützt und begleitet.

Näheres unter: www.ernaehrung.bayern.de

Bildungspaket Leitlinien

- > Gesundheitsförderliches Verpflegungsangebot in der Betriebsgastronomie.
- > Qualitäts- und Herkunftssicherheit von Lebensmitteln.
- > Nachhaltige Einkaufsstrategien.
- > Integration regionaler (Bio-)Lebensmittel.
- > Praktische Kochkurse mit entsprechenden Rezeptideen sowie modernen Gar- und Produktionstechniken.
- > Erstellung eines Verpflegungsleitbildes.
- > Informativveranstaltungen und Module der Fachzentren.
- > Individuelle Coachings.

Anhang

GESCHÜTZTE BAYERISCHE ERZEUGNISSE

Abensberger Spargel
Aischgründer Karpfen
Allgäuer Bergkäse
Allgäuer Emmentaler
Allgäuer Weißlacker
Bamberger Hörnla
Bayerische Brezn
Bayerischer Meerrettich
Bayerisches Bier
Bayerisches Rindfleisch
Fränkischer Karpfen
Fränkischer Spargel
Hofer Bier
Hofer Rindfleischwurst
Hopfen aus der Hallertau

Kulmbacher Bier
Mainfranken Bier
Münchner Bier
Nürnberger Rostbratwürste
Nürnberger Lebkuchen
Oberpfälzer Karpfen
Reuther Bier
Schrobenhauser Spargel
Schwäbische Maultaschen
Schwäbische Spätzle
Schwäbisch-Hällisches
Qualitätsschweinefleisch
Spalt Spalter
Nach Verordnung (EU) 1151/2012
geschützte bayerische Erzeugnisse

GESCHÜTZTE BAYERISCHE WEIN-ERZEUGNISSE/SPIRITUOSEN

Bayerischer Bodensee-Landwein
Landwein Main
Frankenwein
Regensburger Landwein
Württemberg (Bereich bayerische Bodenseeregion)
Nach Verordnung (EG) Nr. 479/2008 sowie Verordnung (EG) Nr. 607/2009
Bärwurz
Blutwurz
Bayerisches Gebirgsenzian
Bayerischer Kräuterlikör
Benediktbeurer Klosterlikör
Chiemseer Klosterlikör
Ettaler Klosterlikör
Fränkischer Obstler
Fränkisches Kirschwasser
Fränkisches Zwetschgenwasser
Hüttentee
Münchner Kümmel

BAYERISCHE ERZEUGNISSE IM ANTRAGSVERFAHREN

Bayerischer Obazda
Fränkischer Grünkern
Bayerischer Honig
Treuchtlinger Bratwurst
Oktoberfestbier
Allgäuer Sennalpkäse
Bayerisch Blockmalz
Paartaler Schinken
Fränkisches Hiffenmark
Nach Verordnung (EU) 1151/2012

CONVENIENCE-PRODUKTE IN DER GEMEINSCHAFTSVERPFLEGEUNG

CONVENIENCE-GRAD	DEFINITION	BEISPIELE
0 GRUNDSTUFE	Unbehandelte Rohware	Tierhälften, ungewaschenes Gemüse
1 KÜCHENFERTIG	Lebensmittel, die vor dem Garen noch küchenmäßig aufbereitet werden müssen	Geputztes Gemüse, entbeintes Fleisch, geschälte Kartoffeln
2 GARFERTIG	Produkte, die ohne weitere Vorbereitung zu garen sind	Filet, Teigwaren, TK-Gemüse, Fleisch oder Fischstäbchen paniert
3 AUFBEREITFERTIG	Durch Hinzufügen fertiger Speisekomponenten verzehrfertige Produkte	Salatdressing, Kartoffelpüree, Instant-Nudeln
4 REGENERIERFERTIG	Menüs oder Komponenten, die allein durch Wärmezufuhr verzehrfertig werden	Fertiggerichte, vorgekochte Teigwaren, Nasskonserven
5 VERZEHRFERTIG	Zum sofortigen Verzehr in kaltem oder warmem Zustand geeignet	Kalte Soßen, fertige Salate, Joghurt, Backwaren, Wurst

aid infodienst Verbraucherschutz, Ernährung, Landwirtschaft e.V. (Hrsg.): Bonn 2007

QUELLENNACHWEISE

DGE-Qualitätsstandard für die Betriebsverpflegung, 4. Auflage, Bonn 2014
Deutsche Gesellschaft für Ernährung: Die besten Durstlöscher im Sommer. DGE info (7/2013), S. 108

aid infodienst Ernährung, Landwirtschaft, Verbraucherschutz (Hrsg.): Convenience-Produkte in der Gemeinschaftsverpflegung, 1. Auflage, Bonn (2007)

Impressum

Herausgeber

Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten
Ludwigstraße 2, 80539 München
www.stmelf.bayern.de
E-Mail: info@stmelf.bayern.de
Nr. 08082015, Stand März 2015

Redaktion

Referat Ernährungsstandards und Qualitätssicherung
Wissenschaftlich konzipiert und begleitet durch das Kompetenzzentrum für Ernährung (KErn)

Gestaltung

Kochan & Partner, München

Textbearbeitung

Sandra Hachmann, München

Bildnachweis

Kalle Singer (Titel, S. 5, 8, 12, 20, 21, 22, 24, 28, 29, 30, 32); WavebreakmediaMicro-fotolia.com (S. 31); Getty Images (S. 7, 10, 11, 15, 16, 23, 33); mauritius images/foodcollection (S. 27); Europäische Kommission (S. 9, 17, 18, 19); Food from Bavaria (S. 14, 25, 26); StMELF (S. 3, 14, 25, 26).

Druck

Gotteswinter und Aumaier GmbH
Joseph-Dollinger-Bogen 22, 80807 München

Gedruckt auf Papier aus nachhaltiger, zertifizierter Waldbewirtschaftung

Hinweis

Diese Druckschrift wird kostenlos im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Bayerischen Staatsregierung herausgegeben. Sie darf weder von den Parteien noch von Wahlwerbern oder Wahlhelfern im Zeitraum von fünf Monaten vor einer Wahl zum Zweck der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Landtags-, Bundestags-, Kommunal- und Europawahlen. Missbräuchlich ist während dieser Zeit insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken und Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zweck der Wahlwerbung. Auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl darf die Druckschrift nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Staatsregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte. Den Parteien ist es gestattet, die Druckschrift zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder zu verwenden.

BAYERN DIREKT ist Ihr direkter Draht zur Bayerischen Staatsregierung. Unter Telefon 089 12 22 20 oder per E-Mail unter <http://www.stmelf.bayern.de/mam/cms01/service/dateien/designhandbuch.pdf> erhalten Sie Informationsmaterial und Broschüren, Auskunft zu aktuellen Themen und Internetquellen sowie Hinweise zu Behörden, zuständigen Stellen und Ansprechpartnern bei der Bayerischen Staatsregierung.



Bayern.
Die Zukunft.

