

**Hochwertige Produkte  
aus der Region -  
attraktiv für die Großküche?**

## Inhalt

<b>Ausgangslage und Aufgabenstellung .....</b>	<b>1</b>
<b>Einführung und Referate .....</b>	<b>1</b>
<b>Moderierte Diskussion .....</b>	<b>9</b>
<b>Fazit und weiteres Vorgehen .....</b>	<b>11</b>
<b>Anlage: Bestandsanalyse zum Einsatz von Qualitätsfleisch in Großküchen.....</b>	<b>12</b>

## Impressum

Projektleitung:

- **Verbraucherzentrale des Landes Bremen e. V.**  
Theodora Plate  
Altenweg 4  
28195 Bremen  
plate@vz-hb.de

Prozessberater und Moderator:

- **B.A.U.M. Consult GmbH**  
Ludwig Karg  
Gotzingerplatz 48  
81371 München  
L.Karg@baumgroup.de  
www.baumgroup.de

Sofern im Text ausschließlich die männliche Form verwendet wird, geschieht dies zur Verbesserung der Lesbarkeit. Selbstverständlich sind in allen Zusammenhängen auch die weiblichen Mitglieder der Gesellschaft gemeint.

Das Projekt wird gefördert mit Mitteln aus dem Programm  
*Regionen aktiv* des Bundesministeriums für Verbraucherschutz,  
Ernährung und Landwirtschaft.



## 1. Ausgangslage und Aufgabenstellung

Alle Trends zeigen, dass Verbraucher grundsätzlich bereit sind, für hochwertige Lebensmittel aus der Region einen angemessenen Preis zu zahlen. Diesem Trend zu folgen, fällt vielen Gemeinschaftsverpflegungseinrichtungen schwer. Dennoch ist es schon mehrfach gelungen, die Schwierigkeiten bei der kontinuierlichen Belieferung von Großküchen mit regionalen Produkten zu überwinden. Im Rahmen des Gemeinschaftsprojekts „Weserland aktiv“ soll gemeinsam versucht werden mehr regionale Produkte auf die Tische von Großküchen zu bringen.

Mit dem *Nordlichter Programm* wird es in der Region Weserland ein attraktives Angebot nicht nur für Endverbraucher, sondern auch für die Betreiber von Gemeinschaftsverpflegungseinrichtungen geben. Ein regionales Fleischprogramm ist weitgehend definiert, schon bald könnte den Konsumenten im Weserland ein ganzer *Nordlichter Warenkorb* zur Verfügung stehen.

Zum Workshop hat die Verbraucherzentrale die Entscheidungsträger bzw. Budgetverantwortliche von kommunalen und kirchlichen Einrichtungen, Betriebskantinen etc., deren Verantwortliche für das Marketing und Öffentlichkeitsarbeit sowie Betriebsräte eingeladen.

## 2. Begrüßung und Referate

### 2.1. Einführung

#### **Theodora Plate, Verbraucherzentrale des Landes Bremen e. V.**

Regionale Produkte werden von den Konsumenten zunehmend nachgefragt - aus unterschiedlichen Gründen: Frische, Geschmack, Sicherheit. Großküchen, die diesem Trend folgen, bieten ihren Kunden ein attraktives Angebot und binden ihre Kundenschaft. Umfragen haben ergeben, dass Besucher von Betriebskantinen ein solches Angebot schätzen und ihrer Firma positiv anrechnen.



Die *Nordlichter* wollen allen Großküchen in der Region die Möglichkeit geben, sich frühzeitig an der Entwicklung zu beteiligen und davon zu profitieren. Der Workshop soll dazu dienen, die Voraussetzungen für weitergehende Kooperationen zu schaffen.

Frau Plate bedankte sich bei der gastgebenden Mensa der Universität und zeigte sich sehr erfreut, dass es gelungen ist, im Rahmen der stattfindenden Gesundheitstage auch einen kleinen Bauernmarkt auf dem Gelände zu etablieren.

## 2.2. Produkte aus der Region – Welchen Beitrag zur Verbesserung der Essenqualität können sie leisten?

### Renate Beckmann, Verbraucher-Zentrale Niedersachsen e.V.

Die Verwendung regionaler Produkte stellt einen nachhaltigen Beitrag zur qualitativen Verbesserung des Verpflegungsangebotes dar. Unabweisliche Vorteile regionaler Produkte sind u.a. die Frische der Rohware, die Transparenz des Produktionsweges und die Verringerung des Verpackungsmülls in der Großküche. Dennoch ist Regionalität als alleiniges Nachfragekriterium oft nicht ausreichend. Für ein optimales Verpflegungsangebot müssen weitere Qualitätskriterien erfüllt werden. Viele Verbraucher

legen u.a. Wert auf artgerechte Tierhaltung, gesunde Lebensmittel, eine Fleischerzeugung ohne vorbeugendes Antibiotika, Frische und Reife der Lebensmittel und guter Geschmack. (Auflistung in absteigender Reihenfolge der Bedeutung nach EMNID-Umfrage 8/2003). Lebensmittelqualität bezieht sich nicht ausschließlich auf Geschmack und Optik sondern umfasst gesundheitliche, soziale, ökologische, ökonomische und sensorische Aspekte.

Vor diesem Hintergrund sind Lebensmittel aus ökologischem Landbau als qualitativ besonders hochwertig einzustufen. Die Nachfrage nach Bio-Produkten wächst kontinuierlich. Die Erzeuger müssen als gesetzlichen Mindeststandard die EG-Öko-Verordnung einhalten. Werden Bio-Produkte in der Gemeinschaftsverpflegung verwendet und auch beworben, so ist der Betrieb kontrollpflichtig.



Das hochwertige, regionale Angebot eines Betriebes hat sowohl Innen- wie auch Außenwirkung. Es offenbart, dass der Einrichtung Gesundheit und Wohlbefinden der Tischgäste wichtig ist und sie sich mit ihrer Region identifiziert.

In Oldenburg verwenden u.a. die Hauptmensa des Studentenwerks sowie das Klinikum bei ihrem Vitalessen erfolgreich regionale Lebensmittel aus ökologischem Landbau und Fleisch aus artgerechter Haltung.

Sehr großen Wert legen Tischgäste nach wie vor auf frische Produkte. Damit einher geht auch der Wunsch nach frischer Zubereitung von Speisen im „Home-Made-Stil“. Im Zeitalter der Convenience-Produkte wird die Realisierung von Frische damit zum Top-Thema für jede qualitätsorientierte Großküche.

„Genussvoll essen“ liegt im Trend. Das impliziert für viele qualitativ hochwertige Produkte und eine gewissen Vielfalt des Speisenangebotes. Dennoch wird für einige Tischgäste auch zukünftig ein niedriger Preis das entscheidende Auswahlkriterium bleiben.

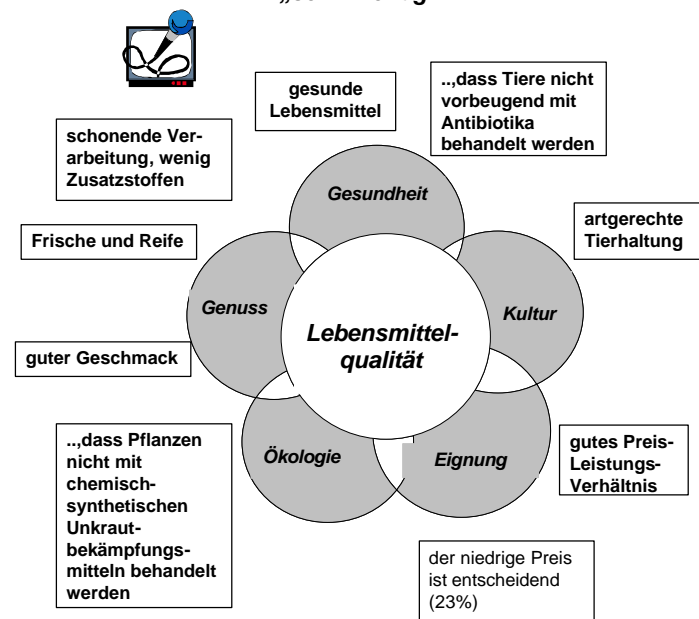
Regionales Essen wird neben dem Trend zu Ethno-Food an Bedeutung gewinnen. Dabei bedeutet regionales Essen nicht zwangsläufig traditionelle Küche. Viel mehr sind Leichtigkeit, Frische und Raffinesse der Zubereitung gefragt.

Wer sein Speisenangebot nachhaltig verbessern möchte, braucht neben hochwertigen Rohwaren auch pfiffige Rezepturen und Menüzusammenstellungen, die gekonnt zubereitet werden. Fertigsuppen, -soßen, Würzzubereitungen und ähnliches sind hier fehl am Platz.

Die Speiseplangestaltung sowie der Verarbeitungsgrad der Rohwaren müssen den Rahmenbedingungen in der Küche, insbesondere des Personalbesatzes und der Geräteausstattung, entsprechen.

### Ansprüche an gute Lebensmittel

40 bis 60 % der Befragten erachten folgende Kriterien als „sehr wichtig“:



Quelle: eigene Darstellung nach EMNID-Umfrage im Auftrag des BMVEL, August 2003



Verbraucher-Zentrale  
Niedersachsen e.V.

Maßnahmen zur Minimierung von möglichen Mehrkosten bei Einsatz qualitativ hochwertiger Rohware sind u.a.: saisonale Speiseplanung, Verringerung des Fleischanteils sowie Berücksichtigung möglichst aller Fleischteile eines Tieres.

Letztlich sind die Motivation der Mitarbeiter und die Sensibilisierung der Tischgäste für das verbesserte Angebot entscheidend. Unterschiedliche Ansprachewege haben sich bei der Kommunikation mit dem Tischgast bewährt: Befragungen, Flyer und Plakate, Videos, Aktionstage, etc..

### 2.3. Erfahrungen bei der Einführung von Qualitätsfleisch

**Detlef Barber, Leiter der Wirtschaftsbetriebe des Studentenwerks Bremen,  
und Peter Riethmüller, Betriebsleiter der Uni-Mensa Bremen**



Die Unimensa Bremen verköstigt täglich bis zu 8.000 Essensteilnehmer/-innen. Mit ca. 100 Mitarbeiterinnen werden diese Essen in 2 ½ Stunden produziert.

Im Bereich Milch/-produkte werden seit März 2000 ausschließlich Bioprodukte eingesetzt. Verbraucht werden pro Woche ca. 1000 Liter Bio-Milch. Höhere Kosten entstehend dadurch nicht.

Seit zwei Jahren kommt Fleisch aus tiergerechter, umweltschonender

Nutztierhaltung (Firma Neuland) zum Einsatz. Dieses Fleisch ist im Vergleich zu konventionellem Fleisch bis zu 70% teurer. Diese höheren Kosten werden durch Einsparungen im Begleitangebot gesamt kalkulatorisch aufgefangen.

Weder die Verwendung des hochwertigen Fleisches noch der Einsatz der Bio-Milch-Produkte wird in der Mensa separat beworben, auch nicht explizit bekannt gegeben.

## 2.4. Anforderung an (regionale) Lieferanten aus Sicht von Kindertagesstätten

### **Irmtraut Greppmair, Küchenleiterin des KTH Schnecke in Walle, und Dr. Christine Schorr, Landesverband Ev. Tageseinrichtungen für Kinder**

In den Kindertageseinrichtungen der Bremischen Evangelischen Kirche werden täglich knapp 3000 Kinder in ca. 50 Einrichtungen mit Essen versorgt. Im Unterschied zu vielen anderen Bundesländern wird in den Bremischen Einrichtungen insgesamt noch überwiegend selbst gekocht. Dies bezieht sich auch auf kleine Einrichtungen mit nur 20 Kindern.

Die Situation in den Kindertageseinrichtungen unterscheidet sich in folgenden Punkten grundsätzlich von der in (Betriebs)Kantinen:

- Die kleinen Endkunden können nicht mit den Füßen abstimmen und woanders essen gehen, allenfalls können Eltern sich über das Angebot beschweren.
- Es sind sehr unterschiedliche Anforderungen zu beachten: Kinder aus muslimischen Familien essen i.d. Regel kein Schwein, es gibt Kinder die dürfen kein Fleisch essen, kein Rind essen, zudem gibt es einen wachsenden Anteil von Allergikern.
- Es gibt den Anspruch und die Aufgabe der Kindertageseinrichtungen auf eine gesunde Ernährung zu achten. Die Anzahl der Kinder, die unterversorgt in die Einrichtung kommen, wächst (natürlich etwas abhängig vom Stadtteil) ebenso wie der Anteil an Kindern die übergewichtig sind und unter Kariesproblemen leiden.
- Die Ausbildung der KüchenleiterInnen ist sehr unterschiedlich, ausgebildete KöchInnen arbeiten ebenso in der Küche wie „QuereinsteigerInnen“ ohne spezielle Kochausbildung
- Es besteht der pädagogische Anspruch, den Kindern Wissen über Herkunft und Zubereitung von Lebensmitteln zu vermitteln.

### **Die Kindertageseinrichtung in Walle: ein Best-Practice-Beispiel!**

Die Kindertageseinrichtung in Walle versorgt täglich 80 Kinder mit warmen Mittagessen, sogenannten „Hasenteller“ (ein Rohkostteller) und Getränken. Dazu kommen noch zehn Erwachsenenessen. Die Küchenleiterin, die als gelernte Köchin 35 Wochenstunden zur Verfügung hat und dabei mit 16,5 Stunden von einer Küchenhilfe unterstützt wird, muss bei der Zubereitung auf folgende Anforderungen Rücksicht nehmen:

- Zubereitung für muslimische Kinder ohne Schweinefleisch
- Kinder, die aus BSE-Angst kein Rind essen dürfen
- Kinder die gar kein Fleisch essen sollen
- Zudem gibt es in der Einrichtung drei Allergikerkinder.

Mit einem Naturalkostensatz von ca. 1,20 € wird eine Woche im voraus ein sogenanntes 3-Sterne-Essen geplant: täglich eine Vitamin-, Ballast- und Eiweißkomponente. Innerhalb einer Woche gibt es in der Regel jeweils einmal Fleisch, Fisch, Vegetarisch, einen Eintopf und eine Süßspeise.

Vor 4 Jahren hat die Einrichtung bei den Produktgruppen Obst, Gemüse und Fleisch auf 100% biologisch angebaute Produkte umgestellt. Der Einstieg erfolgte über biologisch angebaute Kartoffeln direkt vom regionalen Erzeuger. Dieser hat die Einrichtung an einen in Bremen ansässigen Großhändler (Naturkostkontor) verwiesen, über den die Einrichtung inzwischen alle ihre Bioprodukte bezieht. Dieser Großhändler ist aus einer regionalen Initiative entstanden und bezieht seine Produkte so weit wie möglich aus der Region.

Die Kosten für die Bioprodukte belaufen sich auf ca. 250 €/Woche. Finanzielle Schwierigkeiten oder Engpässe gab es bei der Umstellung nicht, durch kluge Speiseplangestaltung und saisonalen Einkauf werden die Kosten im Rahmen gehalten, der Einkauf über den Großhandel sparte gegenüber dem Einkauf beim benachbarten Gemüsehändler sogar Geld ein.

Die Erfahrung mit der Umstellung auf ökologisch erzeugte Produkte lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Oberstes Kriterium für die Einrichtung ist das Qualitätsmerkmal „ökologisch erzeugt“, Regionalität spielt erst in zweiter Linie eine Rolle.
- Der Einkauf über den Großhandel hat sich bewährt und bietet für die Küche Vorteile gegenüber dem Einkauf bei vielen kleinen (regionalen) Anbietern.
- Bei der Umstellung auf „öko“ ergaben sich durch kluge Speiseplangestaltung keine finanziellen Engpässe.
- Sofern es die Eltern in einem sozial als benachteiligt geltenden Stadtteil überhaupt interessiert, finden sie die Umstellung auf ökologisch erzeugte Produkte gut. Auch bei dem durchlebten Nitrofen-Skandal blieben die Eltern sehr gefasst.

## 2.5. Was erwarten die Nutzer von Betriebskantinen

### Dietmar Hagen, Berater für Mehrwerternährung, u. a. für die Firma Bahlsen

Heute nimmt jede/r achte Bundesbürger/in regelmäßig Essen in einer Gemeinschaftsgastronomie ein. Eine Küche, die für viele Menschen das Essen zubereitet, muss mehrere Ebenen gleichermaßen in Betracht ziehen: den täglichen Genuss der Speisen, deren ernährungsphysiologische Ausgewogenheit, die Kostensituation, die Hygienevorschriften. Und dies mit immer weniger Personal.

Viele Großküchen sind damit in Versuchung gebracht, sich nicht mehr auf die Werte frischer Lebensmittel und das dazugehörige Handwerk zu verlassen. Oft wird das angebotene Essen der Nahrungsmittelindustrie überlassen. Und die Köchinnen und Köche leiden unter Identitätsverlust.

Die Betroffenen sind Kantinengäste, Mensabesucher, Patienten, Altenheimbewohner, Gefangene und Schüler.

Mit dem Konzept der Mehrwert-Ernährung habe man zuerst bei Bahlsen und zwischenzeitlich auch bei anderen Unternehmen aufgezeigt, wie eine natürliche Ernährung mit wahrem Genuss verbunden werden kann. Es ist bis zur finanziellen Machbarkeit durchdacht und entwickelt. Gemeinschaftsverpflegung wird als tägliches Geschmackserlebnis mit nachhaltigem Wohlbefinden gestaltet. Besondere Aufmerksamkeit erfahren dabei die Aspekte Gesundheit und die Schonung und Aufrechterhaltung bzw. Revitalisierung des Lebensraumes.

Grundlagen der Mehrwert-Ernährung sind frische und aus ökologischer Landwirtschaft stammende Lebensmittel. Dabei werden regionale und der Jahreszeit entsprechende Produkte bevorzugt. Das sichert die Transparenz in der Herkunft und zudem eine deutlich gesteigerte Geschmacksqualität.

Weitere Merkmale der Mehrwert-Küche sind (siehe dazu die umfassende Ausarbeitung zum Referat im Anhang):

- Die Wert erhaltende Vor- und Zubereitung
- Der abwechslungsreiche Speiseplan
- Essen verstanden als kulturstiftende Handlung
- ein kontinuierlich hohes Qualitätsniveau der Speisen
- Die intelligente Wirtschaftsweise, die eine der Qualität des Essens angemessene Preispolitik umfasst

Die vom Referenten skizzierte Mehrwert-Ernährung kann nach Bedarf abgewandelt und in den verschiedensten Großküchen (bis ca. 2000 Essen) durchgeführt werden. Dieses Konzept fördert das Wohlbefinden, die Gesundheit und Leistungsfähigkeit der Menschen sowie die Prophylaxe ernährungsabhängiger Erkrankungen. Dies sind Faktoren, die immer mehr an Bedeutung gewinnen, sich aber nicht unbedingt in finanziellen Werten ausdrücken lassen.

## 2.6. Das Nordlichter-Programm für regionale Lebensmittel

Ludwig Karg, B.A.U.M. Consult

Der Moderator und Prozessbegleiter stellte die bisherigen Ergebnisse beim Aufbau eines Nordlichter Programms für hochwertige Regional-Produkte dar. Der geplante „Warenkorb“ (Nordlichter-Programm) beinhaltet nicht nur Lebensmittel, sondern auch neue regionale Dienstleistungsangebote (siehe dazu auch die Dokumentation zum Workshop „Erfolg durch Regionalmarketing“, der am gleichen Tag stattfand). Am weitesten ist die Entwicklung des Nordlichter-Fleisch-Programms fortgeschritten.



Im Rahmen des geplanten Marketings für das Nordlichter-Programm werden zahlreiche wirtschaftlich wie ideell orientierte Gruppen eingebunden. So entsteht mit der Zeit ein hoher Bekanntheitsgrad dieser Regionalprodukte und es steht zu erwarten, dass auch die Nachfrage in den Gemeinschaftsverpflegungseinrichtungen steigt.

### 3. Moderierte Diskussion

Zu Beginn des Workshops wurden Fragebögen zur Feststellung des Diskussionsbedarfs verteilt und vor der Diskussion ausgewertet. Neben dem immer wieder gehörten Problem „Preis“ - für das eine Lösung erst bei Vorliegen konkreter Produkt-Pläne gefunden werden kann - sahen die Anwesenden das Hauptproblem bei der Liefersicherheit. Demgemäß wurden v. a. folgende Hauptthemmenisse für den Umstieg auf regionale Produkte diskutiert:

- Ein Lieferantenwechsel wird von den Großküchen generell als risikobehaftet gesehen. Wünschenswert wäre, dass die bisherigen Partner - also v. a. Groß- und Zwischenhandel - regionale Produkte anbieten. Diese Partner wollen aber in der Regel nicht mit (kleinen) regionalen Erzeugern und Verarbeitern zusammenarbeiten.
- Ein Direktbezug von regionalen Anbietern scheitert im Kern an der Liefersicherheit. Dies betrifft mehrere Aspekte:
  - Kleine Anbieter können die benötigten Qualitäten nicht oder nicht kontinuierlich liefern.
  - Die von Anbietern in der Region lieferbaren Mengen sind erfahrungsgemäß zu gering für den Bedarf großer Küchen (2.000 und mehr Essen pro Tag).
  - Großküchen brauchen die Lieferung exakt zum vereinbarten Zeitpunkt. Dies stellt sehr hohe Ansprüche an die Logistik.
- Wollen regionale Anbieter Großküchen beliefern, müssen sie auch deren Ansprüche an Vorverarbeitung befriedigen können. Hier können die Küchen aber im Rahmen des Aufbaus des Programms durchaus Kompromisse eingehen.

Großküchen arbeiten sehr eng mit ihren Lieferanten zusammen und sind bis zu einem gewissen Grad auch bereit und in der Lage, ihre Speisepläne auf die Bedürfnisse (z.B. saisonale Angebote) abzustimmen. In einem engen Kontakt zu nahegelegenen Lieferanten in der Region sehen sie diesbezüglich auch Vorteile.



Einig waren sich die anwesenden Vertreter von Gemeinschaftsverpflegungseinrichtungen, dass bei der jeweiligen Spitze ihres Hauses Überzeugungsarbeit geleistet werden muss. Dafür wurden erste Ansätze für das Aufzeigen von Nutzenpotentialen diskutiert:

- Manche Unternehmen bzw. Einrichtungen könnten die Veränderungen in der Küche als Teil ihrer Corporate Identity (CI) verstehen und auch werbewirksam einsetzen.
- Durch die Vernetzung mit regionalen Partnern wird das Unternehmen seinem Auftrag gerecht, das regionale Wirtschaftssystem zu stärken, dessen Teil es ist.
- In allen Einrichtungen kann die Veränderung des Angebots als neue „Sozialleistung“ gesehen werden:
  - Das Preis- / Leistungsverhältnis des Essensangebotes verbessert sich durch intelligente neue Ansätze unter Einbeziehung regionaler Produkte.
  - Der gesundheitliche Wert der Lebensmittel bleibt wegen der Kürze der Wege erhalten.
  - Die qualitative Unbedenklichkeit kann durch das geplante Kriterien- und Kontrollsystem glaubwürdig vermittelt werden.
  - Die Firma bietet ihren MitarbeiterInnen die Möglichkeit, einen Beitrag zum Schutz und Erhalt ihrer Region und damit ihres Lebensumfelds zu leisten.

#### 4. Fazit und weiteres Vorgehen

Die TeilnehmerInnen des Workshops wünschen, das im Rahmen des Aufbaus des Nordlichter-Programms bzw. des Regionalmarketings eine Erzeuger-Verarbeiter-Genossenschaft (EVG) der oben beschriebenen Art initiiert wird.

Diese EVG soll auf Dauer eine Partner-Kooperative seitens der Großküchen erhalten. Zur Vorbereitung einer solchen Partnerschaft wollen sich folgende Einrichtungen an einer Arbeitsgruppe beteiligen, die noch in diesem Jahr einberufen werden soll:

- Studentenwerk Bremen / Uni Mensa
- Arbeiterwohlfahrt Bremen (AWO)
- Kindertagesstätten Bremen
- Kantine von Daimler Chrysler (sofern die anwesenden Vertreter die Zustimmung ihrer Firmenleitung dafür erhalten).

# Leuchtturmprojekt Regionale Fleischvermarktung Anlage

## Bestandsanalyse zum Einsatz von Qualitätsfleisch in der Region Weserland

Ergebnisse einer Befragung von Großküchen  
im Auftrag der Verbraucherzentrale des Landes Bremen e.V.  
im September 2003

Ein Kooperationsprojekt von

**Verbraucherzentrale**

des Landes Bremen e.V.

**LWK**  
Landwirtschaftskammer  
Weser-Ems

 **Kompetenzzentrum  
Ökolandbau  
Niedersachsen**  
OKORING Bioland BODEN ÖDN

## 1. Methodik der Befragung

Die Auswertung der Befragung zur Rindfleischverarbeitung in Großküchen wurde durch ProZept e.V. im Auftrag der Verbraucherzentrale des Landes Bremen im Rahmen des Projektes „Regionale Fleischvermarktung“ durchgeführt.

Das Ziel dieser Untersuchung ist es, eine konkrete Bestandsanalyse zum Einsatz von Qualitätsrindfleisch in Großküchen der Region Weserland zu erarbeiten.

Es wurde ein Fragebogen mit 10 Fragen zum Einsatz von regionalem Rindfleisch und anderen regionalen Produkten entworfen. Dieser wurde per Post an alle bekannten Großküchen in der Region Weserland (386 Fragebögen) versandt.

## 2. Allgemeine Auswertung

Es haben 36 (9,33%) Betriebe die Bögen ausgefüllt und zurückgeschickt.

Die Verteilung der Rückantworten zeigt sich regional wie folgt:

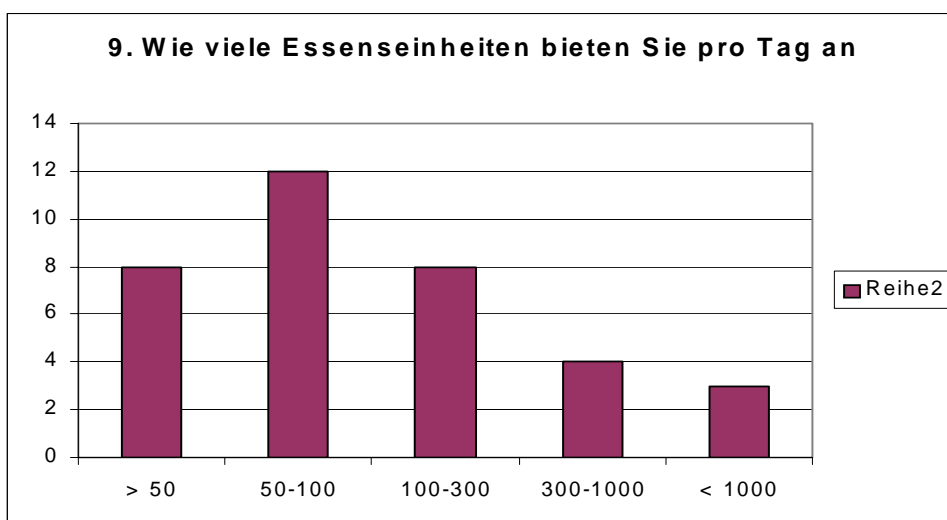
Untersuchungsgebiet					
Bremen	Delmenhorst	Osterholz	Verden	Wesermarsch	sonstige
23	3	3	4	2	1

und nach Art der Küche:

### Art der Küche / Küchengäste

	Gesamt	regionaler Einkauf	Ökologischer Einkauf
KITA / KTH	17	7	5
Seniorenheim	6	3	1
Krankenhaus	4	1	
Betriebskantinen	5	2	
Behinderteneinrichtung	3	2	
Sonstiges	1		

Die Größe der Küche wurde nach den täglichen Essenseinheiten in Frage 9 erfasst.



### 3. Bedarf und bisheriger Absatz von regionalem Rindfleisch

35 der befragten Betriebe gaben an, dass sie Rindfleisch in Ihrer Küche einsetzen, wobei der Rindfleischanteil bei nur drei Betrieben über 25% beträgt.

unter 10%	11-25%	26-50%	über 51%	keine Angabe
22	10	3	0	1

17 Antworten zeigen, dass Rindfleisch aus der Region Weserland bezogen wird.

Region Weserland	Nord- deutschland	Deutschland	Ausland	je nach Preisangebot	weiß nicht	keine Angabe
17	3	2	0	10	2	3

Sechs Betriebe gaben an, dass sie ihr Rindfleisch aus einem Rindfleisch - Markenprogramm beziehen (Frage 4).

(Grünland-Produkte; Lohmanns Bauernladen und Schlachter Düsseldorf-Neustadt; Bremer Schlachthof; IFF; Zuchtbetrieb Wesermarsch, Brake mit Herkunftsgarantie; Cux-Länder "natur", Tilscher Menü-Service)

In Frage 5 wurde nach dem Einkauf von ökologischem Rindfleisch gefragt.

10 Betriebe gaben an, dass sie ökologisches Rindfleisch in der Küche verarbeiten.

### 4. Interesse und Bedarf an einem regionalen Markenfleischprogramm „Weserland“

Von den befragten Betrieben gaben 35 an, dass sie ein grundsätzliches Interesse an regionalen und ökologischen Produkten haben (Frage 1), ein Betrieb machte keine Angabe.

Dieses grundsätzliche Interesse wurde in der Frage 6 bestätigt, in der mit Hilfe von Bewertungsnoten die Idee eines regionalen Qualitätsprogramms bewertet werden sollte.

Bewertungsnoten:

1	2	3	4	5	keine Angabe
15	12	5	2	1	1

## 5. Qualitätsmerkmale beim Einkauf

Die meiste Auskunft zu diesem Themenkomplex gibt die Frage 7, in der nach der Bewertung verschiedenster Qualitätsmerkmale gefragt wurde.

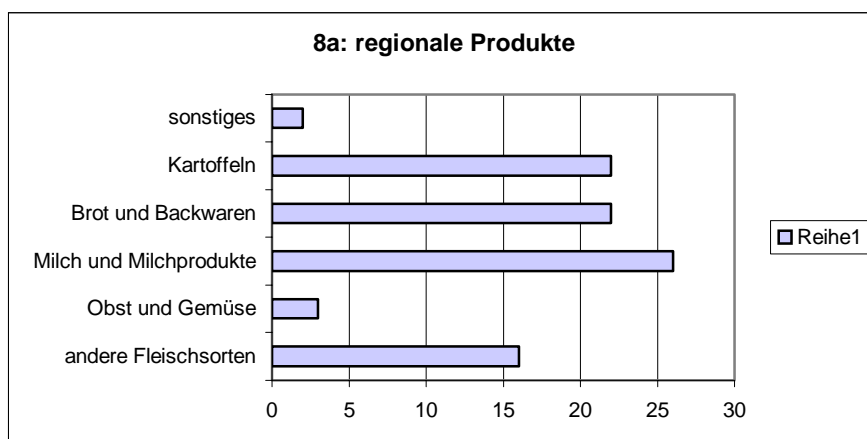
Welche Kriterien sind Ihnen beim Kauf von Rindfleisch wie wichtig	Wichtig				unwichtig	keine Angabe
	1	2	3	4	5	
Frische	29	3	2	2	0	0
TK-Kost	3	2	5	6	4	12
Preis	26	7	2	0	0	1
artgerechte Tierhaltung	20	6	4	3	0	2
Herkunftsnachweis	25	9	1	0	0	1
regionale Produktion	19	9	7	0	0	1
ökologische Produktion	9	12	8	3	0	4
Gütesiegel	19	7	4	1	0	4
sonstiges	3	0	2	1	1	29

Den Kriterien konnten die Ränge 1 (wichtig) bis 5 (unwichtig) zugeordnet werden. Die Qualitätsmerkmale, die für den Einkauf von Rindfleisch eine besondere Bedeutung haben, sind Frische (29 x 1), Preis (26 x 1), Herkunftsnachweis (25 X 1) und artgerechte Tierhaltung (20 X 1), die regionale Produktion und das Gütesiegel wurden beide je 19 mal mit eins bewertet.

Von den 10 Küchen die ökologisches Rindfleisch einsetzen, haben dem Kriterium „ökologische Produktion“ sechs die Note 1, zwei die Note zwei und zwei keine Angabe vergeben.

32 Betriebe gaben an, dass sie regionale Produkte in ihrer Küche einsetzen, wie z.B. Milch- und Milchprodukte, Brot und Backwaren sowie Kartoffeln. Jedes dieser drei genannten Produkte wird schon in über 20 der antwortenden Betriebe eingesetzt.

Der regionale Einkauf bei den anderen Fleischwaren (Frage 8) liegt bei 16 Betrieben und für regionales Rindfleisch bei 17 Küchen.



## 6. Resümee

Die Befragung hat gezeigt, dass 50% der befragten Betriebe ihr Rindfleisch aus der Region Weserland beziehen; immerhin 29% gaben an, dass sie ihr Rindfleisch nach dem Preisangebot wählen.

In der Frage 1 wird nach dem grundsätzlichen Interesse an regionalen Produkten gefragt. Beinahe alle Betriebe (35) entschieden sich für die Antwort Ja.

Großes Interesse besteht auch an einem regionalen Qualitätsprogramm für Rindfleisch aus der Region Weserland. 43% empfinden diese Idee als sehr interessant (Rang 1), 34% mit der Kennzeichnung des Ranges 2 als interessant. Insgesamt sind 77% der Betriebe positiv bezüglich eines regionalen Qualitätsprogramms eingestellt.

Bei der Bewertung der Kriterien zum Kauf von Rindfleisch spielen insbesondere die Qualitätsmerkmale Frische, Herkunft, artgerechte Tierhaltung, regionale Produktion und Gütesiegel eine wichtige Rolle. Auf der anderen Seite bestimmt aber ebenso auch der Preis über Kauf oder Nichtkauf eines Rindfleischproduktes. Er wird in der Bewertung als gleichermaßen wichtiges Kriterium angesehen.

Eine große Anzahl der Betriebe gab zum Schluss an, dass sie weitere regionale Produkte, wie z.B. Obst, Gemüse und Milchprodukte beziehen.

Zusammenfassend ist zu sagen, dass Regionalität der Produkte bei den befragten Betrieben einen wichtigen Stellenwert einnimmt und darüber hinaus großes Interesse an weiterführenden Ideen (regionales Qualitätsprogramm für Rindfleisch) besteht.