

Smart Food Grid Graz - 2030-30-30: Lebensmittelnahversorgung für Graz und das Umland

Anhang 2 zum publizierbaren Endbericht

Good Practice Katalog: Identifikation & Einbindung von nationalen Vorarbeiten

IMPRESSUM

FH JOANNEUM Gesellschaft mbH

Alte Poststraße 149

A-8020 Graz

T: +43 316 5453 - 0

E: info@fh-joaanneum.at; www.fh-joaanneum.at

Ressourcen Management Agentur (RMA)

Initiative zur Erforschung einer umweltverträglichen nachhaltigen Ressourcenbewirtschaftung

Argentinierstraße 48/2. Stock

1040 Wien

Tel.: +43 (0)1 913 22 52.0

Fax: +43 (0)1 913 22 52.22

Email: office@rma.at; www.rma.at

17&4 Organisationsberatung GmbH

Mariahilferstraße 89/22,

1060 Wien

Tel.: + 43 1 58 11 327

Fax: + 43 1 58 11 327 – 18

mail: office@17und4.at web: www.17und4.at

Fair-Netzt

Dr. Jörg Mannsberger

Tel.: + 43 650 433 5840

office@fair-netzt.net web: www.fair-netzt.net

REDAKTION

GOOD-PRACTICE KATALOG

IDENTIFIKATION & EINBINDUNG VON NATIONALEN VORARBEITEN (AP 5)

Hans Daxbeck (RMA) | Nathalia Kisliakova (RMA) | Franziska Schindler (RMA) | Johannes Fechner (17&4) | Johannes Selinger (17&4) | Regina Hajszan (17&4)

Inhalt Identifikation & Einbindung von nationalen Vorarbeiten

1	Identifikation & Einbindung von nationalen Vorarbeiten	7
1.1	Österreich	7
1.1.1	Strategie „Direktvermarktung 2020	7
1.1.2	Bestbieter- statt Billigstbieterprinzip für Lebensmittelausschreibungen in der Gemeinschaftsverpflegung	8
1.1.3	Landesweite Initiative „GENUSS REGION ÖSTERREICH“	9
1.1.4	Österreichweite Direktvermarktung durch „Gutes vom Bauernhof“	11
1.1.5	Die Direktvermarktung aus der Sicht der Landwirte in Österreich	12
1.1.6	Alternative Einkaufsformen für regionale Lebensmittel	14
1.1.7	Relevante Initiativen im Großhandel	16
1.1.8	Relevante Initiativen in der Gastronomie	18
1.1.9	Slow Food Austria und Bundesländer	19
1.1.10	Gemeinsam gärtnern, gemeinsam landwirtschaften	21
1.1.11	Rasenna	22
1.1.12	Weitere zivilgesellschaftliche Bewegungen, Initiativen und Organisationen 23	
1.1.13	Projekt SUKI – Sustainable Kitchen (Bund, Wien, OÖ)	24
1.1.14	Projekt UMBESA - Nachhaltiger Speiseplan (Bund, Wien, OÖ)	25
1.1.15	Das Österreichische Umweltzeichen	28
1.1.16	„Woche der Landwirtschaft“	30
1.1.17	Private Public Partnership-Modelle	30
1.1.18	Alternative Kultursorten	32
1.2	Bundesland Steiermark	35
1.2.1	„Feiertage mit heimischen Lebensmitteln bewusst genießen“	35
1.2.2	Studie „Graz ernährt sich“	36
1.2.3	Steirische Ernährungspyramide und Steirischer Ernährungswürfel	38
1.2.4	Projekt VESPE Graz	39
1.2.5	Konferenzreihe „Gesund essen – gesund leben“	40
1.2.6	Projekt „GEMEINSAM G'SUND GENIESSEN“	40
1.2.7	Herkunftskennzeichnung in Großküchen, Gastronomie und Hotellerie ...	42
1.2.8	Studie über Motive und Hemmnisse bei privaten KonsumentInnen (Stmk, Sbg)	42
1.2.9	Initiative „Ich tu's“	43
1.2.10	Veranstaltungen	44
1.2.11	Feinkostladen Steiermark	45
1.2.12	GENUSS REGIONEN in der Steiermark	45

1.3	Stadt Wien	50
1.3.1	ÖkoKauf Wien	50
1.3.2	Projekt „Allianz GK - Möglichkeiten der Vernetzung landwirtschaftlicher Produzenten und Großküchen der Stadt Wien“	51
1.3.3	Studie „Nachhaltige Lebensmittelversorgung für die Gemeinschaftsverpflegung der Stadt Wien“	54
1.3.4	Studie „Regionale Lebensmittelpfade am Beispiel der Stadt Wien für die Produktgruppe Gemüse (Projekt SUM-FOOD)“	55
1.3.5	Studie „Einstellung und Einkaufsverhalten städtischer KonsumentInnen bezogen auf regionale Lebensmittel und Regionalinitiativen“	56
1.3.6	Milan Urban Food Policy Pact – Nachhaltige Ernährung für Wien	58
1.3.7	Natürlich gut Teller	59
1.3.8	Smart Kitchen	61
1.3.9	LGV-Frischgemüse Wien	62
1.3.10	Landwirtschaftsbetrieb der MA 49	63
1.3.11	Ausgangslage	63
1.3.12	Freiluftsupermarkt	64
1.3.13	Lunzers Maß-Greisslerei	65
1.4	Bundesland Oberösterreich	67
1.4.1	Die Genussbox des Lebensmittel-Clusters OÖ	67
1.4.2	Projekt „Kurzschluss“	68
1.4.3	Initiativen von Genussland OÖ	69
1.4.4	GENUSS REGIONEN in Oberösterreich	70
1.5	Bundesland Niederösterreich	72
1.5.1	Lebensmittelkennzeichnung	72
1.5.2	Mehr regionale Lebensmittel in Großküchen und Mensen	72
1.5.3	Landspeis – Speisekammer ums Eck	73
1.5.4	Bauern-Arnt	74
1.6	Bundesland Burgenland	76
1.6.1	Vernetzungsinitiativen für regionale Lebensmittelvermarktung	76
1.6.2	Initiative für regionale Produkte in landesnahen Betrieben	77
1.7	Bundesland Salzburg	78
1.7.1	Studie über Motive und Hemmnisse bei privaten KonsumentInnen (Stmk, Slzbg)	78
1.7.2	Vernetzungsinitiativen für regionale Lebensmittelvermarktung	78
1.7.3	Salzburger Marktkalender und App „direkt:frisch“	79
1.8	Bundesland Tirol	80
1.8.1	Zukunftsstrategie der Tiroler Landwirtschaft 2020	80

1.8.2	Initiativen der Agrarmarketing Tirol	81
1.8.3	Initiative des Handels „AUS DER REGION – ZUM GREIFEN NAH!“	82
1.9	Bundesland Kärnten	83
1.9.1	Umsetzung des Reformprogramms Kärnten	83
1.9.2	Initiative „Gut zu wissen, wo’s herkommt“	85
1.9.3	Offensive für mehr regionale Lebensmittel in Kärntner Unternehmen	86
1.9.4	Regionale Produkte in globaler Verpackung	87
1.9.5	Schulbuffet Echt.Im.Biss	88
1.10	Bundesland Vorarlberg.....	89
1.10.1	Ökoland Vorarlberg Landesprogramm	89
1.10.2	Projekt „Mehrwert für Alle“ im Rahmen des Ökoland Vorarlberg Landesprogramms 90	
1.10.3	Eigeninitiative für regionale Lebensmittel in Pflegeheimen.....	91
1.10.4	Qualitätssiegel für regionale Lebensmittel.....	92
1.10.5	Best Practice für Selbstversorgung	93
2	Schlussfolgerungen AP5	94
2.1.1	Allgemein	94
2.1.2	Handel.....	95
2.1.3	Gastronomie	95
2.1.4	Direktvermarktung	95
2.1.5	Gemeinschaftsverpflegung und regionale Direktvermarktung	95
3	Literaturverzeichnis.....	97

1 Identifikation & Einbindung von nationalen Vorarbeiten

Die strategische Vorgabe der Europäischen Kommission für die Entwicklung der europäischen Landwirtschaft im Zeitraum 2014 – 2020, verfasst von DG „Landwirtschaft und ländliche Entwicklung“ [Josefine Loriz-Hoffmann, s.a.], orientiert sich u.a. auch an die *„Unterstützung von Ressourceneffizienz und Wandel zu CO₂-armen, klimaresistenten Wirtschaften in Land-, Forst- und Ernährungswirtschaft“*. Innerhalb der Schlüsselmaßnahmen sind die *„kurze Versorgungsketten und lokales Marketing“* verankert, zu denen auch die Maßnahme *„Lokale Werbeaktivitäten, bezogen auf kurze Vermarktungswege und lokale Märkte“* zählt.

Daher wurde im Projekt „SFGG“ auch eine Recherche hinsichtlich nationaler Good Practice-Projekte und Initiativen für eine den o.g. Leitlinie und Maßnahmen entsprechenden regionalen Lebensmittelversorgung in Graz unternommen. Nachfolgend sind die Ergebnisse dieser Recherche zusammengefasst.

Das Ziel dieses Arbeitspakets war es, alle relevanten Arbeiten in Österreich zu identifizieren, v.a. jene, bei denen sich das Ergebnis auf Graz umlegen lässt. Die Aussagen wurden in die Entwicklung der Roadmap (AP 8) eingebunden und sind Grundlagen zur Erarbeitung von Lösungsansätzen (AP 7).

Es wurde eine detaillierte Literaturrecherche der österreichweiten Arbeiten durchgeführt.

Jedes Beispiel wird im Folgenden anhand einer gemeinsamen Struktur beschrieben:

- Ausgangslage
- Lösungen, Erfolge
- Kurzbeschreibung Projekt/Initiative/Programm
- Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer
- Unterlagen, Quellen, Verweise

1.1 Österreich

1.1.1 Strategie „Direktvermarktung 2020“

1.1.1.1 Ausgangslage

Die Direktvermarktung spielt eine wesentliche Rolle in der heimischen Landwirtschaft: für etwa 20.000 Produzenten stellt die Direktvermarktung eine wichtige Einkommensschiene dar, rund 4.000 Betriebe haben sich in Verbänden zusammengeschlossen.

1.1.1.2 Lösungen, Erfolge

Die Strategie „Direktvermarktung 2020“ legt die Leitsätze für die Direktvermarktung landwirtschaftlicher Erzeugnisse in Österreich fest. Die Leitsätze umfassen: Beratung, intensivere Zusammenarbeit von Direktvermarktern mit der Gastronomie und dem Lebensmittelhandel, das Qualitätsprogramm „Gutes vom Bauernhof“, das Thema „Produkt-

qualität und Produktprämierung“. Begleitend wurden auch Projekte zur Umsetzung des neuen Lebensmittelrechts oder Bildung durchgeführt.

1.1.1.3 Kurzbeschreibung

Die Initiative identifiziert auch die Notwendigkeit für rechtliche Rahmenbedingungen in den Bereichen „Lebensmittel“, „Gewerbe“ und „Soziales“, aber auch Beratung und Betreuung der Direktvermarkter. Weitere Informationen sind im Artikel nicht angegeben.

1.1.1.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Direktvermarktung ist ein sehr wichtiges Instrument für den Kurzschluss regionaler ProduzentInnen und KonsumentInnen: schnell, ohne Vermittlerketten, mit gesteigerter regionaler Wertschöpfung. In den für das Projekt SFGG relevanten Bezirken findet sich bereits eine größere Anzahl von Betrieben, die unter „Gutes vom Bauernhof“ gelistet sind: <https://www.gutesvombauernhof.at/>

Es ist zu prüfen, ob und wie die Beteiligung gesteigert werden soll und kann, insbesondere, da auch ein Ausstieg von Betrieben festzustellen ist. Siehe auch 3.1.4, 3.1.5

1.1.1.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<https://www.landwirt.com/Strategie-%E2%80%9EDirektvermarktung-2020%E2%80%9C,,8144,,Bericht.html>

1.1.2 Bestbieter- statt Billigstbieterprinzip für Lebensmittelausschreibungen in der Gemeinschaftsverpflegung

1.1.2.1 Ausgangslage

Regionale Lebensmittel sind klimaschonend und schaffen die Möglichkeit für einen hohen Selbstversorgungsgrad von urbanen Zentren, sie sind jedoch nicht immer die wirtschaftlichere Option im Vergleich zu importierter Ware.

1.1.2.2 Lösungen, Erfolge

Dieses Problem wurde auf Bundesebene thematisiert und seit 2016 gilt bei öffentlichen Ausschreibungen von Fleisch, Milch, Butter, Eier, Gemüse und Obst bereits das Bestbieter- statt des Billigstbieterprinzips. „Im neuen Arbeitsübereinkommen der Bundesregierung ist es gelungen, diesen Erfolg auf alle Lebensmittel auszuweiten. Derzeit ist der Gesetzesentwurf zur Vergaberechtsnovelle in Begutachtung und soll im Mai 2017 von der Regierung beschlossen werden.“ Derzeit (Juli 2017) ist der Gesetzesentwurf bereits vom Ministerrat beschlossen worden; der Parlamentsbeschluss ist noch ausständig¹.

¹ Mündliche Information der Pressestelle des BMLFUW, 17.07.2017. Nach aktuellem Stand (April 2018) wurden die Beratungen zum Vergaberechtsreformgesetz 2017 (https://www.parlament.gv.at/PAKT/VHG/XXV/ME/ME_00292/index.shtml) noch nicht aufgenommen.

1.1.2.3 Kurzbeschreibung

Ein höherer Einsatz regionaler Lebensmittel ist nicht nur klimaschonend, sondern unterstützt die regionale Wertschöpfung und ermöglicht einen höheren Selbstversorgungsgrad für Ballungszentren. Bewusstseinsbildende Maßnahmen sind eine wichtige Voraussetzung dafür, eine weitere ist das Bekenntnis von Bund und Ländern auf gesetzlicher Ebene dazu. Ein Beispiel dafür ist die Anforderung an öffentlichen Ausschreibungen für die Beschaffung von Lebensmitteln in der Gemeinschaftsverpflegung. Im Jahr 2016 wurde in diesem Bereich für Fleisch, Milch, Butter, Eier, Gemüse und Obst verpflichtend die Regionalität im Sinne eines Bestbieter- statt Billigstbieterprinzips eingeführt. In einem zweiten Schritt gilt es nun, die darin eingeschlossene Produktpalette zu erweitern.

1.1.2.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Gesetzlich vorgeschriebene Regionalität beim Einkauf von Lebensmitteln in der Gemeinschaftsverpflegung im Sinne des Bestbieter- statt Billigstbieterprinzips ermöglicht die Stärkung der regionalen LandwirtInnen und somit einen auf Dauer höheren Selbstversorgungsgrad für Großstädte.

1.1.2.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<https://www.bmlfuw.gv.at/service/presse/land/2017/170220LARK.html>

1.1.3 Landesweite Initiative „GENUSS REGION ÖSTERREICH“

1.1.3.1 Ausgangslage

Heimische landwirtschaftliche Produkte Österreichs im Sinne der Regionalität und als immaterielles Kulturerbe sind für KonsumentInnen und TouristInnen nicht immer sichtbar.

1.1.3.2 Lösungen, Erfolge

Die landesweite Initiative „GENUSS REGION ÖSTERREICH“ ist seit ihrem Beginn (2003) in allen österreichischen Bundesländern bereits verankert. Sie wird zudem in jedem Bundesland spezifisch (typische Lebensmittel bzw. landwirtschaftliche Produkte) geführt. Mittels eines Kriterienkatalogs für die kandidierenden bzw. aufgenommenen Regionen sind die Letzteren einerseits gefordert, ihre spezifischen landwirtschaftlichen Produkte zu identifizieren und selbst darauf aufmerksam zu werden, und andererseits erhalten sie die Möglichkeit, für diese Produkte vor einem breiten Publikum zu werben. Beides dient einer verstärkten Präsenz und somit besserer Vermarktung der regionalen landwirtschaftlichen Produktion.

1.1.3.3 Kurzbeschreibung

Die Initiative ist eine Dachmarke des österreichischen Lebensministeriums und der Agrarmarkt Austria (AMA) seit dem Jahr 2003. Die Initiative setzt fokussierte Aktivitäten in den Bereichen Produktion, Tourismus, Handel und Gastronomie, um die heimischen landwirtschaftlichen Produkte Österreichs im Sinne der Regionalität und als immaterielles Kulturerbe für KonsumentInnen und TouristInnen sichtbar zu machen. Das Maßnahmen-spektrum umfasst:

- Gezielte Information und Veranstaltungen über die landwirtschaftlichen Rohstoffe und ihr Herkunftsort in Österreich
- Eine verstärkte Kooperation zwischen Landwirtschaft, Gewerbe, Gastronomie und Tourismus
- Schwerpunkt „kurze Transportwege“
- Schwerpunkt „Frische der Produkte“
- Steigerung der regionalen Wertschöpfung bzw. Schaffung von Arbeitsplätzen in der Region.

Die Initiative bietet auch einen Kriterienkatalog für die Nominierung von neuen Regionen zur GENUSS REGION ÖSTERREICH:

1. „Die Region muss **geographisch definiert** sein.
2. Die Region muss ein **regionaltypisches Produkt** vorweisen, das traditionell in der Region produziert wird. Der Rohstoff muss aus der Region stammen. Das Produkt muss eine anerkannte höhere Qualität aufweisen (AMA Gütesiegel oder Anerkennung durch Gütezeichenverordnung) oder eine Spezifikation der Produktionsweise mit verpflichtenden Vorgaben vorlegen, bei deren Evaluierung die höhere Qualität gegenüber einer Standardproduktion eindeutig nachgewiesen ist.
3. Die Beschreibung des Produkts muss bei der Einreichung der **WIPO Datenbank** (www.traditionelle-lebensmittel.at) entsprechen. Das Leitprodukt muss einem EU-Herkunftssystem (g.U. / g.g.A.) zugeführt werden bzw. muss die Produktspezifikation vom Verein Genuss Region Österreich anerkannt, und eine externe Kontrolle durch eine akkreditierte externe Kontrollstelle eingerichtet sein.
4. Das Leitprodukt bzw. der Rohstoff wird von mehreren bäuerlichen Familienbetrieben oder ErzeugerInnengemeinschaften oder regionalen Gewerbebetrieben **produziert** und in der Regel **in der Region verarbeitet**.
5. Die **Regionsnamen** orientieren sich an vorherrschenden Pflanzensorten oder Tierrassen, Rohstoffen oder Lebensmitteln der ersten und zweiten Verarbeitungsstufe wie z.B.: Obst-, Gemüse- und Weizensorten, Rinder-/Schweine-/Schaf und Geflügelrassen, Wild, Fisch, Fleisch, Speck, Käse, Säfte etc.) unter besonderer Berücksichtigung von geschützten Ursprungsbezeichnungen (g.U.) und geschützten geographischen Angaben (g.g.A.).
6. Die regionaltypische Spezialität ist **in der Gastronomie** der Region verankert (in der Regel mindestens 5 Gastronomiebetriebe).
7. Alkohol, ausgenommen Obstwein, eingetragene Markenbezeichnungen sowie Produktnamen, die von Handelsunternehmen genutzt werden und wettbewerbsverzerrend wirken würden, werden nicht berücksichtigt.
8. Die **Vermarktung/Direktvermarktung** der regionaltypischen Spezialitäten erfolgt jedenfalls auch **in der Region**. In der Regel bieten mindestens 5 Handelspartner/Standorte die Spezialität an.

In der Region finden regelmäßig **landeskulturelle Veranstaltungen** von überregionaler Bedeutung **rund um die regionaltypische Spezialität** statt.

Die Regionen legen bei der Einreichung **Qualitätsstandards**, Gütezeichen, Qualitätssicherungssysteme, umweltgerechte Produktionsweisen, Bio etc. vor, die zum Leitprodukt, dessen Herstellung oder Verarbeitung in Beziehung stehen (z.B. ÖPUL, AMA-Gütesiegel, Gutes vom Bauernhof, Qualität Tirol, Produktion nach Österreichischem Lebensmittel Buch etc.).

Die **Gründung eines Vereins** laut Musterstatuten und die Absolvierung des Profilbildungsprozesses laut Unterlagen müssen, nach Bekanntgabe der positiven Jury Entscheidung, bis zum Zeitpunkt der Auszeichnung erfolgen.

Der **Beitritt zum Dachverband „Verein GENUSS REGION ÖSTERREICH“** muss bis zum Zeitpunkt der Auszeichnung ebenfalls erfolgen.

In begründeten Fällen kann die Jury zu den Kriterien in den Punkten 3 sowie 6 und 8 Ausnahmen gewähren.“

1.1.3.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Der Kriterienkatalog unterstützt die Regionen bei der Förderung ihrer spezifischen landwirtschaftlichen Produktion. Durch die gezielte Werbung für die regionsspezifischen landwirtschaftlichen Produkte bekommen die Regionen ihre eigenen „Gesichter“.

1.1.3.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<http://www.genuss-region.at/initiative/index.html>

<http://www.genuss-region.at/initiative/kriterien.html>

1.1.4 Österreichweite Direktvermarktung durch „Gutes vom Bauernhof“

1.1.4.1 Ausgangslage

Die Erkenntnis einer Konsumentenbefragung, durchgeführt von der Europäischen Kommission, ist, dass etwa 80 % der KonsumentInnen landwirtschaftliche Produkte kaufen wollen, jedoch sind die Letzteren nicht als solche am Markt erkennbar oder erhältlich (lt. Dr. Michael Erhart, GD Landwirtschaft).

1.1.4.2 Lösungen, Erfolge

Mittlerweile sind rund 1.600 bäuerliche Direktvermarkter in Österreich mit der Marke „Gutes vom Bauernhof“ zertifiziert. Verkauft werden landwirtschaftliche Produkte, welche unmittelbar am Hof gewachsen und verarbeitet wurden. Das Portal ermöglicht durch eine "Suchfunktion" eine schnelle und effiziente Findung der Direktvermarkter, Bauernmärkte, Bauernläden, Buschenschänken und Bauernregale im Supermarkt in der gewünschten Region bzw. Bundesland in Österreich. Mit mehr als 1.600 Betrieben (v. a. im Osten Österreichs) bürgt das Qualitätsgütesiegel "Gutes vom Bauernhof" für regionale Qualität. Die Vermarktungswege umfassen Ab Hof, Bauernmarkt, Bauernladen, Shop in Shop im Supermarkt und immer mehr auch Online-Shops.

1.1.4.3 Kurzbeschreibung

Etwa 11.000 österreichische Betriebe erwirtschaften mittels Direktvermarktung über 50 % ihres Einkommens. Dies ist v.a. bei Käse, Eier und Speck der Fall. Das österreichweite Portal <https://www.gutesvombauernhof.at/oesterreich.html> bietet die Möglichkeit, regionale, hochwertige Lebensmittel direkt vom Bauernhof zu beziehen. Die Initiative nach mehr Frische, Regionalität, Direktvermarktung EU-weit ist im Einklang mit der gemeinsamen Agrarpolitik 2014 - 2020.

1.1.4.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Eine für das SFGG-Projekt relevante Aussage ist die Notwendigkeit kombinierter Vermarktungsmöglichkeiten (Ab Hof, Bauernmarkt, Bauernladen, Shop in Shop im Supermarkt, Online-Shop).

1.1.4.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<https://www.gutesvombauernhof.at/oesterreich.html>

<https://www.baeuerinnen.at/?+Netzwerk+Land++Regionale+Produkte+und+Direktvermarktung+sind+eine+Chance+&id=2500%2C1750142%2C%2C%2C>

<http://www.netzwerk-land.at/lum>

1.1.5 Die Direktvermarktung aus der Sicht der Landwirte in Österreich

1.1.5.1 Ausgangslage

Ziel der Arbeit war es, die aktuelle Relevanz der Direktvermarktung der Lebensmittel in Österreich aus der Sicht der Landwirte zu beleuchten: Ist-Situation (Produkte, Vertriebswege, Arbeitsplätze) Bedeutung und Zukunft der Direktvermarktung sowie die Sichtweise jener Betriebe, welche ohne Direktvermarktung arbeiten (einschl. der Gründe für und gegen die Direktvermarktung).

1.1.5.2 Lösungen, Erfolge

1. Ist-Zustand bei der Direktvermarktung:

- Der Anteil der Direktvermarkter, für welche die Direktvermarktung eine große Bedeutung hat, verzeichnet eine leichte Erhöhung: von 11 % auf 13 %.
- Der Anteil der Direktvermarkter, für welche die Direktvermarktung eine geringe Bedeutung hat, verzeichnet eine leichte Senkung: von 20 % auf 14 %.
- Der Anteil der Betriebe, für welche die Direktvermarktung keine Bedeutung hat, steigt von 68 % auf 73 %, der Einkommensanteil aus Direktvermarktung steigt jedoch deutlich.
- Die wichtigsten direktvermarkteten Produkte sind Fleisch und Fleischprodukte (für 40 % der befragten Betriebe), Milch- und Milchprodukte (für 28 %), Wein (17 %), Eier, Obst- und Obstprodukte (für jeweils 17 % der befragten Betriebe), Fruchtsäfte (12 %), Spirituosen (11 %). Alle anderen Produkte (Getreide, Brot, Gemüse, Geflügel, Öle, etc) liegen jeweils unter der-10 %-Marke der befragten Betriebe.
- Rindfleisch, gefolgt vom Schweinefleisch, ist unter den Tierfleischarten das Fleisch das am stärksten direktvermarktet wird, insbesondere bei Bio-Betrieben.
- Der wichtigste Vertriebsweg ist der Ab-Hof-Verkauf, gefolgt vom Liefer-/Zustelldienst. Gleichzeitig wird die Gastronomie zu einem immer wichtigerem Direktabnehmer, insbesondere die lokalen GastwirtInnen. Rund die Hälfte der befragten Betriebe vermarkten bereits auch direkt über ihre eigene Homepage/Onlineshop.
- Der Einkommensanteil der Direktvermarktung wächst immer mehr, der Spitzenreiter bei diesem Parameter ist das Land Burgenland.

- Wachstumsbetriebe setzen grundsätzlich auf den Lebensmittelhandel und die Gastronomie.

2. Tendenzen bei der Direktvermarktung:

- Die Mitte zwischen wachsender und sinkender Direktvermarktung verkleinert sich.
- **Bei wachsender Direktvermarktung:** der wichtigste Grund dafür (mit 82 % der Antworten, Mehrfachnennungen) ist **die Nachfrage seitens der KonsumentInnen**. Mit jeweils rund 30 % liegen die verstärkten Verkaufstätigkeiten, die Erweiterung des Produktangebots sowie eine stärkere Konzentration auf diesem Betriebszweig. Größere und Bio-Betriebe weisen eine breitere Angebotspalette auf.
- **Bei sinkender Direktvermarktung:** hauptverantwortlich dafür sind die hohen gesetzlichen Auflagen (38 % der Antworten, Mehrfachnennungen). Zu jeweils 25 % sind mangelnde Rentabilität und die geringere Nachfrage seitens der KonsumentInnen Mitgründe des Rückgangs. Die restlichen Gründe sind der Zeitmangel (20 %), eine gesunkene Zahlungsbereitschaft der KundInnen (18 %) sowie die Betriebsumstellung auf andere Zweige (15 %). Rund 25 % der Antworten beziehen sich auf „sonstige Gründe“.
- **Direktvermarktung schafft Arbeitsplätze:** der Direktvermarktung sind 31.500 zusätzliche Arbeitsplätze als Vollzeitäquivalente in Österreich zu verdanken.
- Nach wie vor wird der effizienteste Vertriebsweg der Ab-Hof-Verkauf (47 % der Antworten) bleiben, gefolgt vom Internetverkauf (35 %). Der Liefersdienst, der Bauernladen und der (Bauern)markt belegen ungefähr zu gleichen Anteilen (26 % - 23 %) den dritten Platz. **Die Foodcoops (s. auch Kapitel „Alternative Einkaufsformen für regionale Lebensmittel“) bilden mit 10 % das Tabellenschlusslicht der Antworten.**
- Die Investitionsbereitschaft in Direktvermarktung ist gedämpft. Die wichtigsten Investitionen (Mehrfachnennungen) werden in den Bereichen Verkaufsraum (49 %), Maschinen & Technik, Produktionsräume (rund 44 %) sowie Lagerräume, Verpackung/Abfüllung und IT/Internet/online-Shop (etwa 32 %). In der Regel investieren kleinere Betriebe mehr in den Verkauf, größere eher – in die Produktion.

3. Standpunkt der Betriebe ohne Direktvermarktung:

- 18 % der befragten 954 Betriebe und 25 % Bio-Betriebe in diesem Segment haben früher direktvermarktet. Die wichtigsten Produkte waren Milch und Milchprodukte (47 %), Fleisch und Fleischwaren (42 %) und Eier (15 %), ausschließlich durch Ab-Hof-Verkauf.
- Die **wichtigsten Gründe für den Ausstieg aus der Direktvermarktung** mit je 39 % sind Zeitmangel und die zu hohen gesetzlichen Auflagen. Für 20 % der Betriebe hat sich die Direktvermarktung finanziell nicht rentiert. Bei 16 % war der Grund eine Betriebsumstellung auf einen anderen Zweig, und für 13 % - die geringe Nachfrage seitens der KonsumentInnen. Interessant ist dabei, dass jüngere LandwirtInnen und flächenmäßig größere Betriebe die gesetzlichen Auflagen verstärkt als Grund anführen.
- Von der befragten Betriebsgruppe der Nicht-Direktvermarkter ziehen nur 8 % einen Wiedereinstieg in Erwägung. Bei Wachstumsbetrieben sind dies 24 %. Als Produkte kommen Fleisch und Fleischerzeugnisse (42 %) sowie Milch und Milchprodukte (37 %) in Frage. Die Wiedereinsteiger erwarten sich bessere Preise.

1.1.5.3 Kurzbeschreibung

Die „Landwirte-Befragung zu Direktvermarktung“ stellt den aktuellen Stand in einer Befragungsreihe (2004, 2010, 2016) dar und wurde von der keyQUEST Marktforschung GmbH im Auftrag des Agrar.Projekt.Verein/Landwirtschaftskammer Österreich, des Ministeriums für ein lebenswertes Österreich sowie des Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums. Seit 2010 werden auch Betriebe ohne Direktvermarktung befragt, um ihre Motivation dafür besser nachvollziehen zu können.

Befragt wurden insgesamt 1.301 Betriebe (mit mehr als 5 ha) und Betriebe für Spezialkulturen, wie Wein, Obst, Gemüse (mit auch weniger als 5 ha). Die Stichprobe wurde nach statistischen Kriterien gezogen, welche ihre Repräsentativität garantierten. Abgefragt wurden Fragen aus den folgenden Gruppen:

- a) Für Direktvermarkter:
 - Ist-Situation
 - Bedeutung der Direktvermarktung für die Befragten
 - Zukunft der Direktvermarktung und Einstellung zur Direktvermarktung
- b) Aussteiger aus der Direktvermarktung:
 - Produkte für Direktvermarktung, Vertriebswege
 - Gründe für den Ausstieg
 - Zukunftspläne und Einstellung zur Direktvermarktung
- c) Desinteressierte für Direktvermarktung: Gründe dafür.

1.1.5.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Relevante Gründe für (Nachfrage) und gegen (Zeitmangel, zu hohe gesetzliche Auflagen) die Direktvermarktung als Maßnahmengrundlage für den Ausbau der Direktvermarktung in Zukunft.

1.1.5.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

[KeyQUEST Marktforschung GmbH, 2016]

1.1.6 Alternative Einkaufsformen für regionale Lebensmittel

1.1.6.1 Ausgangslage

Konventioneller Lebensmitteleinkauf in den Supermärkten ist oft mit langen Transportwegen der Lebensmittel (und somit Treibhausgasemissionen), unwürdigen Lebensbedingungen der ProduzentInnen im Ausland sowie nicht zuletzt auch mit hohen Entsorgungskosten verbunden.

1.1.6.2 Lösungen, Erfolge

Derzeit sind bereits einige Aktivitäten zum alternativen Einkauf von Lebensmitteln in mehreren Bundesländern umgesetzt. Ausschlaggebend ist die eigene, private Initiative zum Zusammenschluss in Vereinen zum alternativen Lebensmitteleinkauf, welche wiederum mit einer erfolgreichen Bewusstseinsbildung verknüpft ist.

Zu dem am häufigsten verbreiteten Formen des alternativen Einkaufs von Lebensmitteln zählen die Lebensmittelkooperative (Foodcoops), solidarische Landwirtschaft (community

supported agriculture), sowie Abos von Obst- und Gemüsekisten (Biokistl, wobei oft nicht nur Bio- sondern auch regionale Produkte angeboten werden).

1.1.6.2.1 Lebensmittelkooperative in Österreich:

Foodcoop BioParadeis, Wien www.bioparadeis.org

Möhrengasse, Wien www.moehrengasse.at/foodcoop.html

D'Speis, Wien www.speis.org

Fresskorb, Wien Krafft-Ebing-Gasse 36, Wien

Landspeis, NÖ <http://www.landspeis.com/>

Marktplatz Sankt Andrä/Wörtern, NÖ www.marktplatz-staw.at

KrautKOOPf, Graz, Stmk <http://foodkoop.spektral.at/doku.php>

Speiselokal in Maria Anzbach, NÖ www.speiselokal.org

Greißlerei 2.0, St. Pölten, NÖ www.greisslerei.org

NETs.werk Haag, NÖ www.netswerk.at/haag

Bionetz *Apfelkern* in Altmünster, OÖ www.bionetz-apfelkern.at

NETs.werk Zell am Pettenfirst, OÖ www.netswerk.at/zell

NETs.werk Steyr, OÖ www.netswerk.at/steyr

Vorratskammer, OÖ <http://www.vorratskammer.at/>

die gemüsewerkstatt. Graz, Stmk www.gemuesewerkstatt.at

Autark werden, u.a. Schwaz, Tirol www.autark-werden.at.

1.1.6.2.2 solidarische Landwirtschaften in Österreich

Ochsenherz, Gänserndorf, NÖ <http://www.ochsenherz.at>

KLEINeFarm, Sankt Nikolai im Sausal, Stmk <http://www.kleinefarm.org>

Gemüsefreude Sattled, OÖ www.gemuesefreude.at

Biohof Mogg in Herzogenburg, NÖ www.biohof-mogg.at

1.1.6.2.3 Biokistl-AnbieterInnen in Österreich

Die vollständige Liste der AnbieterInnen ist unter <http://www.umweltberatung.at/biokistl-anbieterinnen-aus-oesterreich> zu finden.

1.1.6.3 Kurzbeschreibung

Bei den alternativen Lebensmitteleinkaufsformen (Lebensmittelkooperative (foodcoops); solidarische Landwirtschaft (CSA - community supported agriculture), Biokistl) schließen sich ProduzentInnen und KonsumentInnen gemeinsam.

Bei den Lebensmittelkooperativen (Foodcoops) beziehen selbstorganisiert biologische Produkte direkt von regionalen Bauernhöfen, Gärtnereien, Bäckereien etc. Lebensmittelkooperative sind üblicherweise als Verein organisiert, wobei Bestellungen nur von Mitgliedern gegeben werden können. Die Auswahl der ProduzentInnen erfolgt nach ökologischen und sozialen Kriterien. Die Produkte sollen möglichst regional und saisonal sein.

Bei der solidarischen Landwirtschaft handelt es sich um eine gemeinschaftliche Vereinbarung zwischen ProduzentInnen und KonsumentInnen, bei welcher Kosten, Risiko und Ernte gemeinsam getragen werden. Die KonsumentInnen garantieren die Abnahme der Ernte, indem sie Teile oder alle damit verbundenen Kosten tragen bzw. vorfinanzieren.

Bei den Biokistl handelt es sich um Abos von Obst- und Gemüseboxen. Die Biokistl ist ausschließlich nach Biolebensmitteln ausgerichtet, wobei neben Obst und Gemüse oft auch weitere Bioprodukte (z.B. Käse, Fleisch) aus der Region angeboten werden.

Der Erfolg der aufgelisteten Initiativen setzt jedoch ein hohes Maß an Umwelt- und Sozialbewusstsein bei mehreren einzelnen KonsumentInnen voraus.

1.1.6.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Diese Initiativen sind ein Beispiel für gelungene Bewusstseinsbildung und können als solche für das SFGG-Projekt weiterempfohlen werden.

In der Zukunft werden engere Bündnisse zwischen Bäuerinnen und Konsumenten von immer größerer Bedeutung. Für die Bauern bedeutet es mehr Sicherheit für ihre Höfe, eine Gruppe von Konsumentinnen zu wissen, die hinter ihren Höfen steht. So ein System hat für den Betrieb den Vorteil der Planungssicherheit und des geteilten Risikos, aber auch des Produzierens nach Bedarf für einen persönlich bekannten Personenkreis. der-standard.at/1577837049087/Gaertnerhof-Ochsenherz-Erdiges-Experiment

Für die Seite der Konsumenten bedeutet es eine hohe Transparenz, die Bäuerinnen persönlich zu kennen, von denen sie ihre Lebensmittel beziehen. Sie wissen bei jedem Produkt genau, wie es erzeugt wurde. Und sie haben darüber hinaus die Möglichkeit, ihre Wünsche in den Hofbetrieb einzubringen.

1.1.6.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<http://www.wenigermist.at/gemeinsam-regional-einkaufen>

<http://www.umweltberatung.at/biokistl-anbieterinnen-aus-oesterreich>

1.1.7 Relevante Initiativen im Großhandel

1.1.7.1 Ausgangslage

Aufgrund des hohen (Privat)KundInnenanteils spielt der Großhandel (Supermarkketten) eine sehr wichtige Rolle in der Thematik über die Versorgung mit regionalen Lebensmitteln. Aufgrund der verschiedenen Anforderungen der KundInnen wird eine möglichst große Produktvielfalt während des ganzen Jahres angeboten. Zudem steht der Großhandel unter einem hohen Kostendruck. Dies führt unausweichlich dazu, auch nichtregionale (z.B. Südfrüchte oder günstigere Importware) anbieten zu müssen, was oft mit sehr langen Transportwegen und somit hohen Treibhausgasemissionen verbunden ist.

1.1.7.2 Lösungen, Erfolge

Der Großhandel in Österreich hat mittlerweile auf die Anforderungen des nachhaltigen Konsums reagiert und bietet parallel zu den konventionellen Erzeugnissen ganze Produktlinien an, welche nicht nur nach sozialen (z.B. Fairtrade), sondern auch nach ökologischen Kriterien (verschiedene Bio- und regionale Produktlinien) orientiert sind.

1.1.7.3 Kurzbeschreibung

Neben vielen kleineren und regionalen Anbietern und Initiativen setzt sich auch der Großhandel für mehr Regionalität in Österreich ein. Nachfolgend werden einige Beispiele vorgestellt.

1.1.7.3.1 Lidl Österreich

Regionale und heimische Lebensmittel Produkte von ausgesuchten österreichischen Lieferanten werden im Sortiment von Lidl Österreich z.B. durch die Premium-Eigenmarke „Ein gutes Stück Heimat“ angeboten. Diese Lebensmittel sind großteils AMA-zertifiziert, und viele davon auch in Bioqualität. Mehr als 33 % der insgesamt bei Lidl Österreich verkauften Lebensmittel stammt aus Österreich. Weitere Qualitäts-Eigenmarken sind Alpengut, Stiftsgold, Wiesentaler und Dorfgold („Österreich Herz“).

1.1.7.3.2 SPAR Österreich

84 % der ÖsterreicherInnen bevorzugen Produkte heimischer Herkunft. Deshalb führt SPAR das Sortiment möglichst lokal und regional. Bei gleicher Qualität bevorzugt SPAR österreichische Produkte: Frischfleisch zu 100 %, Frischmilch zu 100 %, Eier zu 100 %; weitere Milchprodukte und Brot zu rund 90 %. Dank des dezentralen Einkaufs in den 6 SPAR-Zweigniederlassungen werden verstärkt regionale Produkte eingekauft. Etwa 40.000 Produkte stammen von rund 2.500 lokalen und regionalen ProduzentInnen.

1.1.7.3.3 REWE International AG

Produkte, die zu 100 % aus Österreich stammen, werden eigens gekennzeichnet, z.B. „Billa Regional Regal“.

1.1.7.3.4 Hofer

Die Marke „Zurück zum Ursprung“ führt Bioqualität und Regionalität zusammen. Alle wertgebenden Biozutaten und Biorohstoffe (z.B. Futtermittel, Saatgut) müssen heimischer Herkunft sein.

1.1.7.3.5 ADEG Österreich Handels AG

Auch dieses Handelsunternehmen steht hinter der Vermarktung regionaler Lebensmittel. Ein Beispiel dafür ist aus dem Land Kärnten vorzuzeigen, wo ADEG Bienenhonig, Bauernspezialitäten, Eier, Fisch, Bier, Gemüse, Nudeln, Topfen etc. aus der Region anbietet.

1.1.7.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Als einer der 5 wichtigsten Akteure im Bereich der Lebensmittelversorgung (ProduzentInnen, PrivatkundInnen, Gemeinschaftsverpflegung, Gastronomie und Großhandel), ist die Einbindung des Großhandels als Dialogpartner und Mitwirkender in der Thematisierung der Regionalität unentbehrlich – sowohl aufgrund der Lebensmittelmengen (und somit als Einfluss auf die regionale landwirtschaftliche Entwicklung) als auch hinsichtlich der Bewusstseinsbildung der KonsumentInnen. Denn durch gezielte Werbekampagnen können Kundinnen verstärkt für die regionalen Erzeugnisse gewonnen werden, was zu einem wesentlichen Beitrag zum Klimaschutz und zur Stärkung der regionalen Wertschöpfung führen kann.

1.1.7.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<http://www.lidl.at/de/nachhaltigkeit-im-sortiment-5642.htm>

https://www.spar.at/de_AT/index/nachhaltigkeit/nachhaltige_produkte/regionale_Produkte.html

http://diepresse.com/home/wirtschaft/handelimwandel/1452657/Lebensmittel_Regionalitaet-zaehlt-mehr-als-bio

<http://www.adeq-winkler.at/regionale-produkte.html>

1.1.8 Relevante Initiativen in der Gastronomie

1.1.8.1 Ausgangslage

Neben der Gemeinschaftsverpflegung kann die Gastronomie als eine wichtige Schnittstelle zwischen Konsum und regionaler Lebensmittelproduktion agieren. Regionale Produkte können aufgewertet und verstärkt angeboten werden, um somit der Eigenartigkeit des jeweiligen Wirtshauses ein regionales „Gesicht“ zu verleihen sowie bei den KundInnen ein Bewusstsein für die Region zu entwickeln. Umgekehrt, der Wunsch konsumbewusster KundInnen kann die Gastronomie dazu bewegen, vermehrt regionale Zutaten zu verwenden. Gewinner sind alle 3 Akteure: Gastronomie, KundInnen und regionale ProduzentInnen.

1.1.8.2 Lösungen, Erfolge

In der Gastronomie spielt der persönliche Kontakt zu den ProduzentInnen eine wichtige Rolle. Die häufigsten Lieferanten sind regionale HändlerInnen, LebensmittelverarbeiterInnen und LandwirtInnen. Der Trend nach mehr Regionalität beim Lebensmitteleinkauf in der Gastronomie ist stärker ausgeprägt als in der Umfrage vor 4 Jahren (d.h. im 2011).

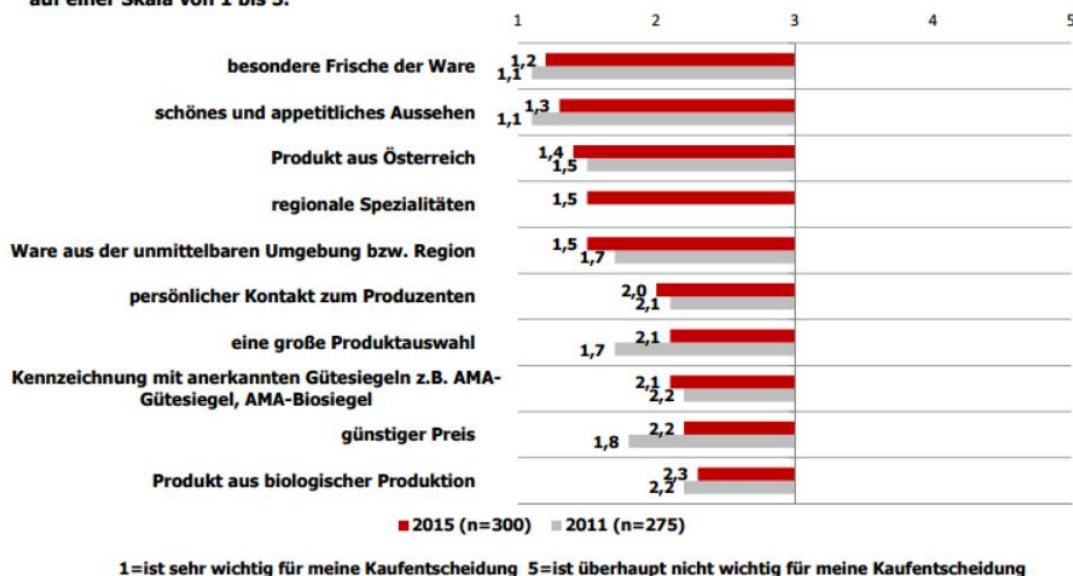
1.1.8.3 Kurzbeschreibung

Eine im 2015 durchgeführte Umfrage der AMA zum Stellenwert regionaler Produkte in der österreichischen Gastronomie unter 300 Inhabern, Geschäftsführern und leitenden Angestellten von Gastronomiebetrieben ergab, dass die regionale Herkunft der Zutaten entscheidend für die gute Positionierung des jeweiligen Gastronomiebetriebs im Sinne von Image ist. Auch die Bereitschaft der Wirte und Hoteliers steigt, die Verwendung regionaler Zutaten regelmäßig kontrollieren zu lassen. Bevorzugte österreichische Lebensmittel sind Eier, Hühnerfleisch und Wild.

Als wichtigste Kriterien beim Einkauf verzeichnen sich Frische und das Aussehen der Lebensmittel. Gleich danach folgt die Regionalität (Herkunft: Österreich sowie regionale Spezialitäten und Lebensmittel aus der Umgebung).

Frische, Aussehen und Herkunft sind Top-Einkaufskriterien

Frage: Ich lese Ihnen nun verschiedene Kriterien vor, die für den Einkauf von Lebensmitteln in Ihrem Betrieb vermutlich eine wichtige Rolle spielen. Bitte bewerten Sie die Wichtigkeit der einzelnen Kriterien auf einer Skala von 1 bis 5.



Angaben in %

Quelle: GastroObsearher / AMA-Marketing, MTU Mai / Juni 2015



Abbildung 1-1 Wichtigste Kriterien beim Einkauf von Lebensmitteln in der österreichischen Gastronomie lt. AMA-Umfrage, 2015, Quelle: www.marktmeinungsmensch.at/studien/umfrage-zum-stellenwert-regionaler-produkte-in-der/

1.1.8.4 Bedeutung für SFGG Projekt (Grazer Kontext und Ziele), Empfehlungen für Transfer

Eine starke Zusammenarbeit mit der Gastronomie sowie Bewusstseinsbildungsmaßnahmen bei KonsumentInnen zeigt, dass auch beim Besuch ins Gasthaus auf Regionalität geachtet werden kann. Davon profitieren Gastbetrieb, Gäste und ProduzentInnen.

1.1.8.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

www.marktmeinungsmensch.at/studien/umfrage-zum-stellenwert-regionaler-produkte-in-der/

1.1.9 Slow Food Austria und Bundesländer

1.1.9.1 Ausgangslage

Die Initiative zielt auf die Vielfalterhaltung in der Landwirtschaft und die gesunde Ernährung zugleich. Daher stellt das Thema Regionalität der Lebensmittel ein logisches Element der Philosophie „Genuss mit Verantwortung“ dar. Slow Food schließt neben der Regionalität der Produkte auch die regional typischen Produktionsweisen, Rezepte usw. mit ein. Es geht also auch um ein Bewusstsein für die regionaltypische Verarbeitung der Lebensmittel (Lebensmittelhandwerk).

1.1.9.2 Lösungen, Erfolge

Innerhalb der Initiative findet ein breites Spektrum an Aktivitäten statt: von Verkostungen, Geschmacksschulungen, Schulgärten, Märkte, Exkursionen zu ProduzentInnen, bis zu Schulungen und Seminare, Kochshows, Kochtreffen, etc.

Die Basisgruppen von Slow Food sind die Convivien (regionale Gruppen). Derzeit existieren insgesamt 15 Slow Food Convivien, vertreten in allen Bundesländern, sowie 2 Slow Food Jugendgruppen (SFYN) in Österreich. Mittlerweile existieren auch 350 Slow-Food-Gasthäuser in Österreich, dessen Verzeichnis www.slowfoodaustria.at/publikationen/slow-food-gasthausfuehrer-2/ jährlich aktualisiert wird.

1.1.9.3 Kurzbeschreibung

Slow Food ist eine 1986 in Italien gegründete NPO, welche sich den Prinzipien des Fast Food entgegensetzt. Dabei handelt es sich nicht nur um die unmittelbaren Essgewohnheiten, sondern um alle Aspekte einer nachhaltigen Ernährung, einschl. des Einsatzes regionaler und saisonaler, von Hand angefertigter Erzeugnisse aus landwirtschaftlicher Produktion. Mittlerweile ist sie auch in Österreich erfolgreich angesiedelt. Die Initiative propagiert bewusste Kaufentscheidungen im Sinne einer nachhaltigen Ernährung, welche sowohl gegen die Lebensmittelverschwendung agiert als auch die Biodiversität in allen ihren Aspekten (z.B. bis zum Bodenschutz) in der landwirtschaftlichen Produktion schützen soll. Die Basis des Slow Food:

- „fordert das Recht auf Genuss guter, sauberer und fairer Lebensmittel für alle Menschen und übernimmt Verantwortung für das Öko- und Lebensmittelsystem.
- engagiert sich für eine nachhaltige, multifunktionale Landwirtschaft und Fischerei, artgerechte Tierhaltung, den Schutz der biologischen Vielfalt, eine regionale Geschmacksvielfalt, die Pflege und Weiterentwicklung des traditionellen Lebensmittelhandwerks sowie eine Gastronomie, die auf ihren lokal spezifischen Ressourcen aufbaut.
- setzt sich für die Wiedergewinnung einer genussvollen, vielfältigen und ganzheitlichen Ess- und Trinkkultur ein und leistet Widerstand gegen die Standardisierung von Lebensmittel und das industrielle Agrar- und Ernährungssystem
- tritt für die Wertschätzung von Lebensmittel ein und bringt Produzent/innen und Verbraucher/innen, oder wie Slow Food sie nennt: Co-Produzentinnen, wieder miteinander in Kontakt.
- fördert den Austausch und vermittelt Wissen und Information über die Herkunft, Qualität und den Geschmack von Lebensmittel.“

1.1.9.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Die Übernahme und Anpassung sinnvoller ausländischer Initiativen kann zielführend für die Erreichung eines höheren Anteils an regionaler landwirtschaftlicher Produktion im Konsum sein.

1.1.9.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<http://www.slowfoodaustria.at/>
<http://www.slowfood-styria.com/>
www.slowfoodkaernten.at/

www.slowfoodtirol.at/
www.slowfoodlinz.at/
www.slowfoodwaldviertel.at/
www.slowfoodburgenland.at/
www.slowfood.wien/
www.slowfoodburgenland.at/

1.1.10 Gemeinsam gärtnern, gemeinsam landwirtschaften

1.1.10.1 Nachbarschaftsgärten

1.1.10.1.1 Ausgangslage

Weltweit entwickelten sich in den letzten Jahrzehnten neue Formen der urbanen Landwirtschaft, wie zum Beispiel die Nachbarschaftsgärten ("Community Gardens"). "Urban Farming" schafft einen Rahmen für städtische Naturerfahrung, für das "Selbermachen" und damit den Bezug zur Produktion von Lebensmitteln. Begegnung und Gemeinschaft sind die großen Benefits dieser Gartenkultur und bilden das Substrat für ein weitergehendes Engagement für das eigene Grätzl.

1.1.10.1.2 Kurzbeschreibung

Nachbarschaftsgärten sind Gärten, die von einer Gruppe von Menschen aus der Nachbarschaft gemeinsam genutzt und bewirtschaftet werden. Ziel solcher Initiativen ist es, brachliegende Flächen innerhalb der Stadt zu nutzen und öffentlichen Raum zurück zu erobern.

Menschen können sich aktiv an der Gestaltung ihrer Wohnumgebung beteiligen. Das stärkt die Identifikation mit dem Lebensumfeld. Nachbarschaftsgärten fördern die Kommunikation, das Miteinander im Stadtteil und verbinden Generationen sowie Menschen unterschiedlicher Herkunft.

1.1.10.1.3 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Auch in Graz gibt es zahlreiche Gemeinschaftsgarteninitiativen (derzeit 11 Gärten im Verzeichnis von <https://gartenpolylog.org/gardens>). Das Umweltamt der Stadt Graz unterstützt Neugründungen von Gemeinschaftsgärten mit 1500€ (geplante Dauer: mind. 1-3 Jahre) bis zu 3000€ (geplante Dauer: mind. 3 Jahre). Dazu kommt eine jährliche Förderung bis zu 800€. Informationen, Anträge und Richtlinien befinden sich auf der [Homepage des Umweltamtes](#).

1.1.10.1.4 Unterlagen, Quellen, Verweise

<https://www.wien.gv.at/stadtentwicklung/projekte/landschaft-freiraum/landschaft/landwirtschaft/urban-farming.html>
<https://gartenpolylog.org/de/home>

1.1.10.2 Selbsterntefelder

1.1.10.2.1 Ausgangslage

Das Konzept der Selbsternte entstand als eine Form der Direktvermarktung, bei der nicht die Bauern und Bäuerinnen ernten und das Gemüse verkaufen, sondern die Konsument/innen selbst zu Gärtner/innen werden.

1.1.10.2.2 Kurzbeschreibung

Landwirtschaftliche Betriebe vermieten eine kleinere oder größere, bereits zum Großteil bepflanzte Gemüseparzelle für eine Gartensaison, auf der (selbst landlose) Gärtner/innen gärtnern können. Das Besondere der Selbsternte ist, dass die Bodenpflege von den Bauern und Bäuerinnen übernommen wird und diese zu Saisonstart eine bereits mit unterschiedlichen Gemüsekulturen bestückte Gartenparzelle an die Gärtner/innen übergeben. Diese können also einfach losgärtnern und „ersparen“ sich die intensive Arbeit der Bodenvorbereitung und Kompostbereitung im Herbst und Frühjahr.

1.1.10.2.3 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Grundsätzlich sollten alle Formen von sozialer Landwirtschaft und Gartenbau im urbanen Raum unterstützt werden, da sie wichtige soziale, ökologische und auch ökonomische Funktionen in einer Stadt erfüllen und somit wesentlich zur Lebensqualität in Graz beitragen können und das Bewusstsein für nachhaltige Ernährung steigern.

Bei der landwirtschaftlichen Fachschule Alt-Grottenhof in Graz gibt es ein erstes Selbst-erntefeld.

1.1.10.2.4 Unterlagen, Quellen, Verweise

<http://www.selbsternte.at/>

1.1.11 *Rasenna*

1.1.11.1 Ausgangslage

Grund und Boden ist eine endliche Ressource – unsere Lebensgrundlage – und trotzdem eine Ware auf dem freien Markt. Die Konzentration von Vermögen und Grundbesitz in den Händen Weniger ist ein weltweiter Trend und schreitet auch in Österreich voran. Was den Rückgang an landwirtschaftlichen Flächen betrifft, ist Österreich mit 22 Hektar pro Tag sogar Spitzenreiter in Europa.

Die gemeinschaftliche Nutzung von Grund und Boden war von je her eine bekannte und sehr erfolgreiche Methode, um der Gemeinschaft Zugang und Nutzung zu ermöglichen und gleichzeitig dafür zu sorgen, dass das Land nicht „übernutzt“ wird.

1.1.11.2 Lösungen, Erfolge

Vor wenigen Jahren hat sich der Verein Rasenna gegründet. Seine Aufgabe war die Vorbereitung einer Stiftungsgründung mit dem Ziel Grund und Boden dem Spekulationsmarkt zu entziehen und „als Grundlage unseres Lebens sozial verträglich und ökologisch achtsam zu nutzen und als Gemeingut zugänglich zu halten“. Mit Menschen von Gela-Ochsenherz (CSA im Raum Wien) entstand nun eine konstruktive Zusammenarbeit und der Prozess einer gemeinsamen Stiftungsgründung ist weit fortgeschritten.

1.1.11.3 Kurzbeschreibung

RASENNA unterstützt Gemeinschaften, die für die Umsetzung ihrer Ideen Grund und Boden erwerben oder nutzen, egal ob darauf ein gemeinschaftliches Wohnprojekt entsteht, eine Landwirtschaft, ein Kultur- oder Sozialzentrum oder vieles mehr.

Der Verein Rasenna bereitet dafür die Gründung einer Stiftung vor, um Grund und Boden als Gemeingut zu realisieren. Die Stiftung ist die einzige Rechtsform, die keinen Eigentümer hat. Die Verwendung des Stiftungsvermögens wird durch die Satzung der Stiftung festgelegt und kann später nicht mehr geändert werden. Die Stiftung erwirbt Grund und Boden mit dem Ziel, diesen im Eigentum zu behalten und gleichzeitig durch langfristige Vereinbarungen sichere Nutzungsverhältnisse zu ermöglichen

Damit werden Preissteigerungen durch Eigentümerwechsel verhindert. Grund und Boden als begrenzte Ressource soll auf diese Weise möglichst für alle Menschen zugänglich bleiben.

Die Baugrundstücke dienen der Errichtung sozial und ökonomisch verträglicher Wohn- und Arbeitsformen. Sie werden im Baurecht vergeben. Die Nutzung soll den Bedürfnissen gemeinschaftlicher Einrichtungen langfristig Rechnung tragen. Landwirtschaftliche Grundstücke werden für eine ökologisch nachhaltige Bewirtschaftung verpachtet.

Rasenna unterstützt gemeinschaftliche Vorhaben ab der Anfangsphase. Der Verein steht Projektgruppen in den Fragen Eigentum, Finanzierung und passende Rechtsformen beratend zur Seite. Die Stiftung befindet sich derzeit im Aufbau.

1.1.11.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Die Sicherung landwirtschaftlicher Flächen als Grundlage für die regionale Lebensmittelversorgung stellt auch für SFGG ein zentrales Anliegen dar. Das Beispiel Rasenna zeigt, dass es geeignete rechtliche Formen dafür braucht (und gibt), und die Flächen über eine Stiftung nicht nur als solche gesichert, sondern auch eine ökologisch-sozial verträgliche Nutzung langfristig festgeschrieben werden kann.

1.1.11.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<http://rasenna.at/>

1.1.12 Weitere zivilgesellschaftliche Bewegungen, Initiativen und Organisationen

Ausgangslage

Zahlreiche Initiativen engagieren sich in Österreich und Europa für ein gutes, gesundes und lokal angepasstes Essen für alle Menschen = Vision der Bewegung für Ernährungssouveränität. Der Arbeitskreis Ernährungssouveränität (AKES) in Graz ist z.B. eine Plattform für Menschen und Organisationen, die sich der Umsetzung von Ernährungssouveränität widmen, sich austauschen und gemeinsame Aktionen machen möchten (<http://www.ernaehrungssouveraenitaet.at/mitmachen/regionalgruppe-graz/>).

Weitere zivilgesellschaftliche Bewegungen, Initiativen und Organisationen in Österreich, die sich für eine Wende in Landwirtschaft und Ernährung einsetzen:

- Österreichisches Forum für Ernährungssouveränität:
www.ernaehrungssouveraenitaet.at

- La Vía Campesina: <http://viacampesina.org> und ÖBV-Vía Campesina Austria: www.viacampesina.at
- Arche Noah: www.arche-noah.at
- AgrarAttac: <http://attac.at/agrar>
- FIAN: www.fian.at
- Solidarische Landwirtschaft in Österreich: http://www.ernaehrungssouveraenitaet.at/wiki/Solidarische_Landwirtschaft
- Urban Gardening und Guerilla Gardening Wien: <http://ggardening.kukuma.org/>
- Allianz „Wir haben es satt“ Österreich: <http://wirhabenessattaustria.wordpress.com/>
- Österreichisches Netzwerk von Gemeinschafts-, Nachbarschafts- und interkulturellen Gärten: www.gartenpolylog.org
- Wieserhoisl: www.wieserhoisl.at
- Bodenfreikauf: <http://bodenfreikauf.wordpress.com/>
- Selbsterntefelder Österreich: www.selbst-ernte.at und Mundraub: www.mundraub.org
- Kostnix-Läden in Österreich: <http://www.umsonstladen.at>
- Solidarische Ökonomie: <http://www.solidarische-oekonomie.at/>
- Food-Coops in Österreich: <http://foodcoops.at/>
- Commons: www.common.at

1.1.12.1 Quelle Linksammlung:

http://www.ernaehrungssouveraenitaet.at/wp-content/uploads/2014/01/Broschuere_ES_2.Auflage_WEB.pdf

1.1.12.2 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Grundsätzlich stellten oben genannte Initiativen potenzielle zivilgesellschaftliche Partner/innen für die Umsetzung neuer Strategien und Projekte im Sinne von SFGG dar.

1.1.13 Projekt SUKI – Sustainable Kitchen (Bund, Wien, OÖ)

1.1.13.1 Ausgangslage

Das Ziel war es, die gesamten CO₂-Emissionen der Großküchen zu erfassen, und die direkten und die indirekten Einflussmöglichkeiten von Großküchen auf ihre CO₂-Emissionen zu analysieren.

1.1.13.2 Lösungen, Erfolge

Durch die bewusste Wahl der Speisen und Auswahl der Rohstoffe wurde ein Schritt in Richtung nachhaltige Entwicklung und gesunde Ernährung gegangen, ein Beitrag zur globalen CO₂-Reduktion gesetzt, und die lokale biologische Landwirtschaft unterstützt.

1.1.13.3 Kurzbeschreibung

Das Projekt SUKI – Sustainable Kitchen: Möglichkeiten von Großküchen zur Reduktion ihrer CO₂-Emissionen (Maßnahmen, Rahmenbedingungen und Grenzen)“, unterstützt vom Europäischen Fonds für Regionalentwicklung (EFRE), vom Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend (BMWFJ), vom Lebensministerium (BMLFUW), von der Stadt Wien MA22 (Programm „ÖkoKauf Wien“) und MA38, vom Amt der OÖ Landesregierung sowie vom Amt der NÖ Landesregierung, wurde von der Ressourcen Management Agentur (RMA) im Zeitraum 2008-2011 in Österreich und Tschechien durchgeführt.

1.1.13.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

- „Durch die Wahl der verwendeten Lebensmittel kann die Großküche die Höhe ihrer CO₂-Emissionen wesentlich beeinflussen.
- Die Entscheidung einer Großküche, vermehrt saisonale Produkte auf den Speiseplan zu setzen, reduziert die Höhe der CO₂-Emissionen durch den wegfallenden Energieverbrauch der während der Lagerung anfallen würde.
- Die untersuchten österreichischen Lebensmittel aus biologischem Anbau emittieren durchschnittlich 19 % weniger CO₂eq im Vergleich zu den konventionell hergestellten Alternativen.
- Der Anteil der in den Lebensmitteln inkorporierten CO₂-Emissionen ist für die Höhe der THG-Emissionen einer Großküche entscheidend mitverantwortlich.
- Der größte Verursacher von CO₂-Emissionen bedingt durch den Energieeinsatz ist in Österreich und in Tschechien der Bereich ‚Heizung‘.
- Eine Optimierung der Betriebszeiten verschiedenster Geräte und Bereiche zur Reduzierung des direkten Energieverbrauchs ist in nahezu allen am Projekt beteiligten Großküchen möglich.
- Eine Erhöhung des Einsatzes von biologischen, regionalen, saisonalen sowie frisch zubereitete Speisen reduziert die durch die Lebensmittel verursachten CO₂-Emissionen wesentlich.“

1.1.13.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<http://suki.rma.at>

[Projekt SUKI, <http://suki.rma.at>, AS6 Zusammenfassung Bericht]

1.1.14 Projekt UMBESA - Nachhaltiger Speiseplan (Bund, Wien, OÖ)

1.1.14.1 Ausgangslage

Das Ziel war es, Großküchen hinsichtlich des verstärkten Einsatzes von biologischen, regionalen, saisonalen Lebensmitteln und frisch zubereiteten Speisen praktisch zu unterstützen. Ein weiteres Ziel ist die Optimierung der Portionsgröße v.a. im Hinblick auf den Einsatz von Fleisch und der Ersatz ausgewählter Convenience-Produkte durch frische Lebensmittel. Dadurch wird nicht nur ein Beitrag zum Klimaschutz geleistet, sondern auch eine ernährungsphysiologisch optimale Ernährung gefördert.

1.1.14.2 Lösungen, Erfolge

Das Projekt schuf u.a. auch die Grundlagen für eine ökonomische und ökologische Bewertung der in den Großküchen verwendeten Lebensmittel. Die Bewertungskriterien umfassen:

- Ökonomie: Rohstoff-, Personal-, Betriebskosten von Speisen aus convenience-Produkten und frischen, regionalen und saisonalen Lebensmitteln
- Ökologie: CO₂-Emissionen
- Herkunft und Frische der Lebensmittel: Regionalität / Saisonalität / Bio vs. convenience
- Ernährungsphysiologie.

1.1.14.3 Kurzbeschreibung

Das Projekt UMBESA - Nachhaltiger Speiseplan - Umsetzung der Nachhaltigkeit in Großküchen unter besonderer Berücksichtigung von regionalen, saisonalen, biologischen Lebensmitteln und frisch zubereiteten Speisen“, unterstützt vom Europäischen Fonds für Regionalentwicklung (EFRE), vom Lebensministerium (BMLFUW), vom Bundesministerium für Landesverteidigung und Sport (BMLVS), von der Stadt Wien MA22 (Programm „ÖkoKauf Wien“) sowie vom Amt der OÖ Landesregierung, wurde von der Ressourcen Management Agentur (RMA) im Zeitraum 2012-2014 in Österreich und Tschechien durchgeführt.

1.1.14.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Das Projekt führte zu den folgenden Erkenntnissen:

- In den 6 untersuchten Großküchen in Österreich ist der Einsatz nach regionalen und saisonalen Lebensmitteln vorhanden, aber Verbesserungspotenzial besteht:

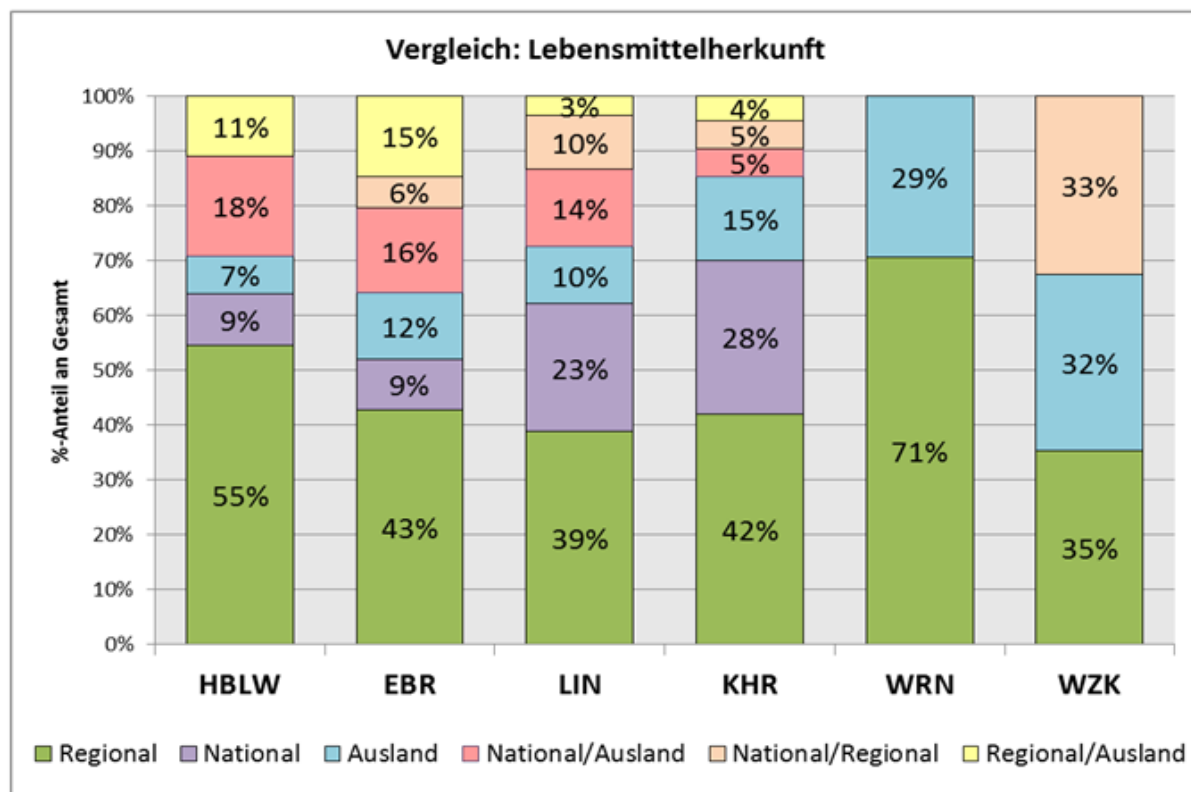


Abbildung 1-2: Einsatz regionaler Lebensmittel in 6 österreichischen Großküchen, Quelle: Projekt UMBESA

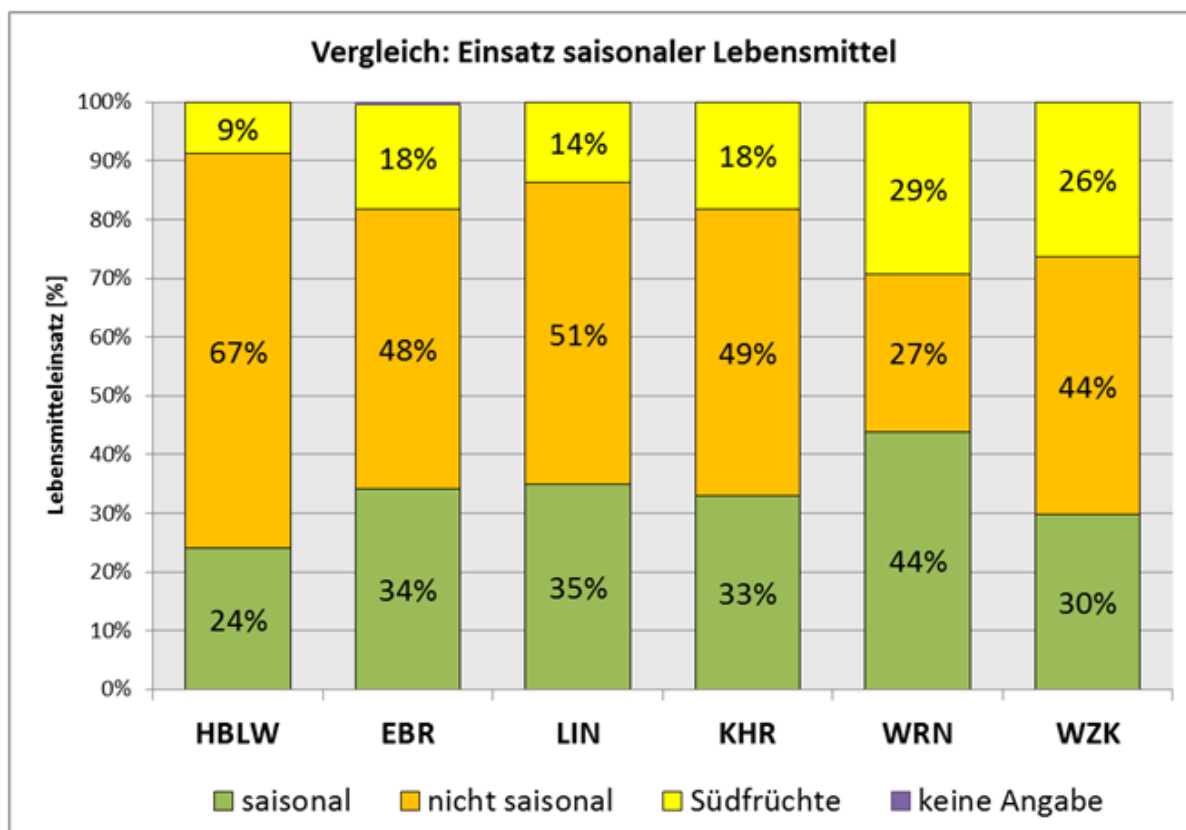


Abbildung 1-3: Einsatz saisonaler Lebensmittel in 6 österreichischen Großküchen, Quelle: Projekt UMBESA

- „Es zeigte sich, dass die optimierten, nachhaltigen Speisen um 7 % billiger sind im Vergleich zu den jeweiligen Ausgangsspeisen. Die Bandbreite liegt zwischen + 3 % (Zwiebelrostbraten biologisch vs. konventionell) und – 51 % der Kosten (frisch gekochte Gemüselaiabchen vs. Gemüseschnitzel convenience). [...] Die Erhöhung des BIO-Anteils und des Frische-Anteils um 98 %-Punkte ist ohne Mehrkosten im Vergleich zum Ausgangspreis möglich (Serviettenknödel frisch gekocht vs. Fertigprodukt). Gemüsespeisen weisen häufig einen geringeren Regional-Anteil auf als Fleischspeisen (Sojageschnetzeltes, Regional-Anteil 3 % vs. Zürcher Schweinsgeschnetzeltes, Regional-Anteil 86 %). Die untersuchten Speisen weisen im Durchschnitt eine Erhöhung des Saison-Anteils von 17 %-Punkte auf.
- Für Großküchen ist empfehlenswert, für angedachte Speisenoptimierungen eine umfassende Kostenanalyse (Einkaufskosten, Personalkosten, Betriebskosten) durchzuführen. Unumgänglich ist auch eine entsprechende Öffentlichkeitsarbeit für die gesetzten Maßnahmen. Nur wenn die KonsumentInnen, das Küchenpersonal und die Führungsebene der Großküche hinter den Vorhaben stehen, wird dies zu Erfolg führen.“
- Lt. einer Untersuchung [Lösch, 2016] sind die Hemmnisse der Landwirte bezüglich eines Einstiegs in die Direktvermarktung ihrer Produkte, wie folgt, zusammengefasst:

- Gesetzliche Auflagen (z.B. Zertifizierungen, Anforderungen an die Produkte)
- Absatzrisiko
- Höherer Arbeitsaufwand
- Investitionskosten (z.B. für Vorverarbeitung und Lagerung)
- Marketingkosten

Als Erfolgsfaktoren bzw. -voraussetzungen hingegen werden eingestuft:

- Persönliche Voraussetzungen (unternehmerisches Geschick, Vorhandensein von Arbeitskapazität, Kreativität)
- Betriebliche Voraussetzungen (getätigte hohe Investitionen für Vorverarbeitung und Lagerung, Betriebsstandort – z.B. nahe einem Ballungszentrum, Marketingstrategie, Absatzpotenzial, Betriebsform – z.B. Dauerkulturbetrieb, Zusatzeinkünfte, breite Produktpaletten)

Es muss jedoch vermerkt werden, dass in der zitierten Arbeit der Begriff „Direktvermarktung“ auf alle verfügbaren Abnehmer bezogen wird, d.h. nicht auf Großküchen allein.

1.1.14.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<http://umbesa.rma.at/>

[Projekt UMBESA; <http://umbesa.rma.at/>, Bericht AS5 Probekochen]

1.1.15 Das Österreichische Umweltzeichen

1.1.15.1 Ausgangslage

Die KonsumentInnen (privat und als Unternehmen) können durch ihr Beschaffungs- und Konsumverhalten zum Umweltschutz beitragen. Das Ziel des Umweltzeichens ist es, Hersteller, Handel und KonsumentInnen zu motivieren, weniger umweltbelastende Produkte zu entwickeln, anzubieten und zu verbrauchen.

1.1.15.2 Lösungen, Erfolge

Das Österreichische Umweltzeichen wird in den Bereichen Produkte, Tourismus und Bildung und Green Meetings und Events vergeben. Anforderungen an regionale Lebensmittel finden sich in der Richtlinie 200 Tourismus und Freizeitwirtschaft unter Punkt „204 Gemeinschaftsverpflegung“ (Kriterium K 05 EU 65a, Lebensmittel aus der Region).

Die Kernelemente sind die Vermittlung von Informationen an die Öffentlichkeit über die Umweltbelastung von Verbrauchsgütern durch ihre Herstellung, Gebrauch und Entsorgung, sowie das Anbieten von umweltfreundlichen Produktalternativen.

Der Einstieg der Gemeinschaftsverpflegung in das Umweltzeichen wurde ebenfalls umgesetzt, wobei die Betonung auf den erhöhten Einsatz von regionalen Lebensmitteln gelegt wurde. Als eines der vielen Best-Practice Beispiele dafür kann das Kuratorium Wiener Pensionisten-Wohnhäuser (KWP) als österreichweit größter Anbieter für SeniorInnenbetreuung (rund 4.000 MitarbeiterInnen, 9.000 BewohnerInnen in 30 Häusern zum Leben und 160 Pensionistenklubs der Stadt Wien) genannt werden: seit November 2014 sind alle 30 Frischküchen des KWP Träger des Österreichischen Umweltzeichens für die Gemeinschaftsverpflegung.

1.1.15.3 Kurzbeschreibung

Das Österreichische Umweltzeichen wurde 1990 auf Initiative der damaligen Umweltministerin Dr. Marlies Flemming als ein unabhängiges Gütesiegel (entspricht Typ I gemäß ISO 14 021) für Umwelt und Qualität geschaffen. Seit 2007 gibt es auch eine Richtlinie für das Umweltzeichen für Bildungseinrichtungen.

Kriterien

- a) Bei jeder Mahlzeit, einschließlich des Frühstücks, sind mindestens zwei landwirtschaftliche Erzeugnisse aus regionaler Produktion und (bei Obst und Gemüse) aus dem saisonalen Angebot anzubieten. Als „regional“ im Sinne des Kriteriums K05a gilt, wenn Betriebe auf möglichst kurze Versorgungsketten setzen, d.h. landwirtschaftliche Erzeugnisse aus dem unmittelbaren Gebiet um den Betrieb (z.B. Lungau, bzw. innerhalb eines Radius von ca. 150 km) beziehen. Für die Anforderung des Kriteriums K05b) gilt, wenn Betriebe auf möglichst kurze Versorgungsketten setzen, d.h. landwirtschaftliche Erzeugnisse aus der unmittelbaren Region um den Betrieb beziehen. Region im Sinne dieser Herkunftsangabe kann entweder eine landschaftlich abgegrenzte Gebietseinheit (z.B. Waldviertel, Zillertal), ein Bundesland (z.B. Tirol, Freistaat Bayern), ein Staat (z.B. Österreich, Ungarn) oder auch ein länder- oder staatenübergreifendes homogenes Gebiet (z.B. Alpenregion, Pannonische Tiefebene) sein.
- b) Von Betrieben der Gemeinschaftsverpflegung werden folgende vier Produktkategorien (sofern verwendet) verpflichtend ganzjährig aus regionaler Produktion eingekauft:
 1. Obst und Gemüse: 3 Sorten verpflichtend ganzjährig, ergänzt durch saisonale Sorten.
 2. Erdäpfel: frisch, geschält, vorgegart
 3. Milchprodukte: Milch, Butter, Topfen, Naturjoghurt, Sauerrahm, Schlagobers
 4. Fleisch: mindestens zwei Sorten aus: Rind, Kalb, Schwein, Huhn, Pute

Und aus den folgenden Rohstoffkategorien werden mindestens zwei Kategorien gewählt:

5. Eier und Eiprodukte
6. Wild
7. Süßwasserfisch
8. Käse
9. Brot und Gebäck

Um mehr Sicherheit bezüglich der Rohstoffherkunft zu erhalten, ist von den oben genannten Kategorien mindestens eine zu wählen, bei der die Produkte aus anerkannten und kontrollierten Qualitätsprogrammen (Bio-Zertifizierungen, AMA-Gütesiegel wie Milch, Rind- oder Schweinefleisch) bezogen werden. Lebensmittel nachweislich regionaler Qualität (g. U., g. g. A., z. B.: Steirisches Kürbiskernöl, Steirischer Kren, Gailtaler Speck, Tiroler Alm, Alpkäse) werden zusätzlich eingesetzt. Beurteilung und Prüfung: Der Antragsteller hat Rechnungen, Lieferscheine und Menüpläne vorzulegen und die Produktblätter auszufüllen, weiters erfolgt eine Kontrolle der Lagerräume. Der Nachweis der regionalen Herkunft sollte bei Produkten, die keiner gesetzlichen Herkunftskennzeichnung unterliegen, nach Möglichkeit aus anerkannten Systemen stammen, bei denen die Herkunft abgesichert ist. Es wird empfohlen, Rind- und Kalbfleisch sowie Schweinefleisch von anerkannten Fleisch-Kennzeichnungssystemen (z.B. „bos“, „VUQS“, „sus“) zu beziehen.

1.1.15.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Empfehlenswert ist ein stufenweises Vorgehen und Umsetzen für die Ausweitung der Initiative, sodass schlussendlich so gut wie alle Bereiche der öffentlichen Verpflegung (z.B. Tourismus, SeniorInnenheime, Bildungseinrichtungen) angesprochen werden und die Anzahl der Zeichenträger deutlich erhöht wird.

1.1.15.5 *Unterlagen, Quellen, Verweise*

<https://www.umweltzeichen.at/cms/de/home/vision/content.html>
[https://www.umweltzeichen.at/richtlinien/Uz200_R7.0a Tourismus-und-Freizeitwirtschaft 2018 incl SOLL.pdf](https://www.umweltzeichen.at/richtlinien/Uz200_R7.0a_Tourismus-und-Freizeitwirtschaft_2018_incl_SOLL.pdf)

1.1.16 *„Woche der Landwirtschaft“*

s. Kapitel „Herkunftskennzeichnung in Großküchen, Gastronomie und Hotellerie“.

1.1.17 *Private Public Partnership-Modelle*

1.1.17.1 *Ausgangslage*

Direkte Bewusstseinsbildung allein ist nur eine der Grundvoraussetzungen für eine starke Inanspruchnahme regionaler Lebensmittel. Eine andere und ebenso entscheidende ist die physische Verfügbarkeit der landwirtschaftlichen Produktion. Der Klimawandel ist auch in Österreich in den letzten Jahren deutlich zu spüren, wobei die schwersten Folgen (Hagel, Frost im Frühling, weniger Schnee, dafür mehr Regen, etc.) als erste in der Landwirtschaft zu verzeichnen sind. Somit sind Ernte, die Existenz der LandwirtInnen und folglich ein forcierter Einsatz regionaler Lebensmittel auf Dauer in Österreich bedroht. Nach Finanzierungslösungen für den Erhalt der Versorgung mit regionalen Lebensmitteln im Kontext der Naturkatastrophen wird weltweit gesucht.

1.1.17.2 *Lösungen, Erfolge*

Die immer stärker werdende Tendenz sind die Private Public Partnership-Modelle, d.h. eine Aufteilung der Versicherungsprämienkosten zwischen ProduzentIn und Staat bzw. KonsumentIn (für das Letztere s. auch Kapitel „Alternative Einkaufsformen für regionale Lebensmittel“). Auf diese Weise werden Einkommensausfälle in der Landwirtschaft bewältigt und somit ihre Existenz langfristig erhalten.

1.1.17.3 *Kurzbeschreibung*

In einer Diskussion im Januar 2016, initiiert von der Landwirtschaftskammer Österreich, diskutierten ExpertInnen und Stakeholder über verschiedene Aspekte der österreichischen Landwirtschaft. Einer der Aspekte war die Relevanz des Risikomanagements für die Versorgung mit regionalen Lebensmitteln.

1.1.17.4 *Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer*

Die Verfügbarkeit der regionalen Lebensmittel und ihre Finanzierung bzw. Sicherung ist im Kontext der Klimawandelthematik und der KonsumentInnenverantwortung (Bewusstseinsbildung) ein relevantes Thema, welches durchaus berücksichtigt werden sollte.

1.1.17.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<https://www.baeuerinnen.at/?+Experten+und+Bundesbaeuerin+diskutierten+Klimaszenarien+fuer+heimische+Landwirtschaft+&id=2500%2C2391057%2C1737089%2C%2Cc2V0PTEw>

1.1.18 Alternative Kultursorten

1.1.18.1 Sojananbau in Österreich / Bsp. Donausoja

1.1.18.1.1 Problemstellung

450.000 t Sojaschrot werden jährlich von Österreich importiert, um sie als Futtermittel zu verfüttern. Die meisten Sojabohnen, die wir in Österreich verarbeiten, werden aus Brasilien, Kanada und Argentinien importiert. Großteils ist dieses Soja gentechnisch verändert. In Südamerika werden für Soja-Plantagen große Flächen an Regenwald gerodet.

1.1.18.1.2 Lösungen/Erfolge

Die Bemühungen um eine bessere Eiweißversorgung tragen langsam Früchte, denn in Österreich ist der Anbau von Soja stark gestiegen und die Sojaimporte, welche bisweilen schon bei knapp 600.000 t lagen, sind auf etwa 450.000 t gesunken. 50.000 t Sojaschrot etwa kommen aus zertifizierter Donau Soja Produktion. Österreich gehört inzwischen mit einer Anbaufläche von 14.600 ha neben Italien und Frankreich zu den führenden Bio-Sojaanbauländern Europas.

1.1.18.1.3 Kurzbeschreibung und kritische Diskussion

In Österreich ist der Anbau von Soja stark gestiegen, 2016 wurden knapp 50.000 Hektar Soja angebaut, das ist mehr als Raps (40.000 ha) oder Roggen (37.000 ha).

Der Bio-Sojaanbau ist in den letzten Jahren in Europa zwar deutlich gewachsen – auch in Österreich, derzeit etwa 30 % – aber noch bei weitem nicht ausreichend. Der Anteil an Biosoja geht überwiegend in die unmittelbare Lebensmittelverarbeitung.

Diese spielt insgesamt eine große Rolle. Während weltweit etwa 90 Prozent der gesamten Sojaproduktion verfüttert werden, wird in Österreich etwa die Hälfte der österreichischen Sojaernte unmittelbar im Lebensmittelsektor verwendet. Hauptursache dafür ist, dass es in Österreich einige innovative Unternehmen gibt, die Soja zu Lebensmitteln verarbeiten: Produktion von Tofu, Milchersatzprodukten und auch für die Backmittelindustrie. Die Nachfrage nach GVO-freiem Soja ist in diesem Bereich groß.

Das Saatgut ist hundertprozentig GMO-frei. Dazu wird die österreichische Saatgut-Produktion mehr und mehr ausgebaut. Allerdings liegt die Schwierigkeit bei Soja in der Unkrautbekämpfung, weil die Sojabohne eine extrem konkurrenzschwache Kulturpflanze ist. Konsequente Unkrautbekämpfung ist der Schlüssel für erfolgreichen Sojaanbau. Dies gilt für biologische UND konventionelle Produktion. Letztere wünscht sich mehr Herbizide.

Bsp. DONAU SOJA:

Der Verein Donau Soja ist ein gemeinnütziger, unabhängiger Verein und stellt die wesentlichste europäische Initiative im Agrarbereich dar. Der Verein Donau Soja vereint Zivilgesellschaft, Politik und wesentliche Wirtschaftsunternehmen aller Bereiche der Wertschöpfungskette von der gentechnikfreien Saatgutproduktion bis zum tierischen und pflanzlichen Lebensmittel. Donau Soja steht für ohne Gentechnik hergestelltes, qualitäts- und herkunftsgesichertes Soja aus der Donauregion und umfasst über 250 Mitglieder aus ganz Europa und ist mit insgesamt sechs Niederlassungen (AT, DE, SRB, RO, UA, MD) und zwei Repräsentanten (IT, POL) kompetent vor Ort vertreten. Der Verein Donau Soja hat es sich zur Aufgabe gemacht, die Bedingungen für erfolgreichen Sojaanbau in Europa zu verbessern und den Soja-Import aus Übersee zu minimieren. 15 Staaten haben die

Donau Soja Erklärung zur Förderung des gentechnikfreien Sojaanbaus in Europa unterzeichnet. Donau Soja wird unterstützt von der Austrian Development Agency.

Österreich ist in Europa das nördlichste Anbaugebiet der Sojapflanze: Bei der Aussaat muss es in der Nacht über 12 Grad haben. Daraus ergibt sich eine natürliche geographische Grenze. Die Zeit von der Aussaat im April bis zur Ernte im September ist in Österreich schon sehr limitiert. Aber die Bohnen aus nördlichen Anbaugebieten haben einen großen Vorteil: Sie sind gesundheitsfördernder als die aus südlichen Ländern. Viele gesundheitsfördernde Stoffe sind deshalb in den Pflanzen, weil sie sich vor Kälte schützen müssen. In der Sojabohne sind das die so genannten Isoflavone, die unter anderem krebspräventiv wirken. Je weiter nördlich sie wächst, desto mehr enthält sie von diesen sekundären Pflanzeninhaltsstoffen und desto gesünder ist sie für die Menschen. Die österreichischen Sojabohnen entsprechen übrigens den besten Qualitätsstandards weltweit.

1.1.18.1.4 Bedeutung für Graz

Soja wächst in den klassischen Maisregionen, wo ein mildes Klima herrscht. Derzeit gibt es Sojaanbau v.a. in Oberösterreich, Niederösterreich, im Burgenland, in der Steiermark und in Kärnten. Der große Schwerpunkt liegt aber in Oberösterreich und im Burgenland. Selbst wenn der Sojaanbau in der Steiermark nicht ausgebaut wird, so ist die Sojaproduktion in Österreich insofern bedeutsam, als sie es auch den fleisch- und milchproduzierenden Betrieben aus dem Grazer Raum ermöglicht, ihre Futtermittel aus Österreich zu beziehen (z.B. Donausoja).

Solang Import-Soja aus Südamerika verfüttert wird, sollte man umgekehrt nicht von „regionalem Fleisch“ sprechen (wichtiges Kriterium für die Definition von Regionalität!).

1.1.18.1.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

Weitere Informationen über Donau Soja unter www.donausoja.org

<http://www.soja-aus-oesterreich.at/soja>

[http://www.zukunft-](http://www.zukunft-pflanzen-)
[pflanzen-](http://www.zukunft-pflanzen-)

[bau.at/fileadmin/Redakteure_ZP/Zukunft_Pflanzenbau/Leguminosen/Krumphuber_Vortrag_Leguminosen_13092016.pdf](http://www.zukunft-pflanzen-bau.at/fileadmin/Redakteure_ZP/Zukunft_Pflanzenbau/Leguminosen/Krumphuber_Vortrag_Leguminosen_13092016.pdf)

<https://www.global2000.at/news/soja-aus-%C3%B6sterreich-%E2%80%93-nicht-nur-eine-klimaschonende-alternative>

<https://ooe.lko.at/sojabohne-mit-donau-soja-auf-erfolgsspur+2500+2539320>

1.1.18.2 Reisanbau in Österreich / Bsp. Österreich

1.1.18.2.1 Problemstellung

Reis ist ein weltweites Grundnahrungsmittel und auch im österreichischen Speiseplan gang und gebe. Es hat sich aber noch kaum jemand darüber getraut, ihn auch bei uns anzupflanzen.

1.1.18.2.2 Lösungen/Erfolge

Mit Österreich ist erstmals auch Reis aus Österreich im Direktverkauf erhältlich. Reis wächst normalerweise in tropischen Lagen in gefluteten Reisfelderanlagen. Aber es ist

auch möglich Reis bei uns anzubauen und zwar in Trockenanbau. Das heißt der Reis wird schon bewässert, aber er steht nicht im Wasser.

1.1.18.2.3 Kurzbeschreibung und kritische Diskussion

Im Jahr 2015 wurde ÖsterReis geboren: Bei einem Bier mit einem Berufskollegen ist die verrückte Idee entstanden, Reis anzubauen und damit den Reisanbau in Österreich salonfähig zu machen. Durch die äußerst positiven Erfahrungen der letzten Jahre ist die Überzeugung gewachsen, dass Reis in Österreich langfristig angebaut werden kann. ÖsterReis möchte dabei einerseits den Kunden den bewussten Einkauf von Lebensmitteln, die sonst tausende Kilometer um die Welt transportiert werden, ermöglichen und andererseits den Berufskollegen aus der Landwirtschaft eine Alternative bieten, mit der sie ein Auskommen finden können.

Für "Österreis" wurde die Trockenreisanbau-Methode gewählt. Diese liefert zwar weniger Ertrag, ist durch ihren geringen Wasserverbrauch aber ressourcenschonender. Vor allem das Unkraut ist aber ein Problem, es muss 2mal in der Saison per Hand gejätet werden. Trockenreis ist daher teurer, er wird aber wegen seines intensiveren Aromas geschätzt. Zudem belegen Studien, dass das Gegenstück – Nassreisanbau – die Aufnahme von Arsen begünstigt. Der hohe Methanausstoß der überfluteten Felder, wie es in den großen Reisanbauländern Indien, China, Vietnam u.a. üblich ist, ist zudem Mitverursacher des Klimawandels.

1.1.18.2.4 Bedeutung für Graz

Das Beispiel „Österreis“ zeigt auf, dass unter dem Einfluss des Klimawandels auch neue Kulturen in unseren Breiten denkbar sind. Wer bewusst regionale (im Fall von Reis, auch gesündere weil nicht arsenbelastete) Produkte kauft, ist mitunter auch bereit, einen höheren Preis dafür zu bezahlen, sodass die Wirtschaftlichkeit auch bei geringeren Erträgen gegeben ist.

1.1.18.2.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<http://oesterreis.at/>

<https://www.meinbezirk.at/wels-wels-land/lokales/oberoesterreichischer-reis-ab-hof-ohne-zwischenhaendler-d1812323.html>

1.2 Bundesland Steiermark

1.2.1 *„Feiertage mit heimischen Lebensmitteln bewusst genießen“*

1.2.1.1 Ausgangslage

Der Einsatz importierter Lebensmittel führt, aggregiert, sowohl zu enormen Mengen an Treibhausgasemissionen als auch zu Jobverlusten in der Region. Der Einsatz regionaler landwirtschaftlicher Produkte hingegen spart nicht nur CO₂-Emissionen, sondern schafft Arbeitsplätze. Die LK Steiermark hat in einer Studie beide Effekte quantifiziert.

1.2.1.2 Lösungen, Erfolge

Dieser Anstoß zum Umdenken im Land Steiermark wurde in einer Presseaussendung vom Land (LR Johann Seitingner), Landwirtschaftskammer Steiermark (Präsident Franz Titschenbacher) und der Saubermacher AG (Aufsichtsratsvorsitzender Hans Roth) gegeben: *„regionale Lebensmittel sind eine riesige Chance für Klima, Umwelt, Landwirtschaft und Wirtschaft sowie für den österreichischen Arbeitsmarkt. [...] Würde nur ein Drittel der internationalen Lebensmittel, die in den Einkaufswagen landen durch heimische ersetzt, könnten allein in der Steiermark 6.000 Arbeitsplätze geschaffen werden.“* Auf Österreich umgerechnet, würde dies mehr als 30.000 Jobs sowie eine Erhöhung des BIP um jährlich 3,2 Mrd. Euro bedeuten.

1.2.1.3 Kurzbeschreibung

Beim Vergleich der Transportwege bei z.B. drei Festmenüs mit Lebensmitteln aus der Heimat und solchen aus aller Welt, durchgeführt von der Landwirtschaftskammer Steiermark, ergab sich eine Einsparung von 79.055 Transportkilometern (zwei Autofahrten rund um die Erde) zugunsten Speisen mit heimischen Lebensmitteln. So beispielsweise ein Festtagsbraten mit Kartoffelpüree aus heimischen Nahrungsmitteln spart 52.801 Transportkilometer, was 1,3 Fahrten mit dem Auto um die Erde entspricht. Bei einem heimischen Karpfen mit Petersilienkartoffeln und heimischen Chinakohlsalat liegt dieser Einsparungswert bei 21.007 Transportkilometern, bei einer weststeirischen Weihnachtsgans mit Maroni-Semmelfülle sind es 5.247 Transportkilometer. Dies beweist erneut die enorme Relevanz der regionalen Lebensmittel für den Klimaschutz und somit für die Umwelt.

1.2.1.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Insbesondere für das SFGG-Projekt ist eine Quantifizierung der Klimaschutz- und Arbeitsmarkteffekte des Einsatzes regionaler Lebensmittel als Datengrundlage für Stakeholderdiskussionen, bewusstseinsbildender Maßnahmen sowie Initiativen im Konsumbereich besonders relevant.

1.2.1.5 Unterlagen, Quellen, Verweis

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20161212_OTS0143/steiermark-feiertage-mit-heimischen-lebensmitteln-bewusst-geniesen

1.2.2 Studie „Graz ernährt sich“

1.2.2.1 Ausgangslage

Das Ziel der Studie war es zu untersuchen, inwiefern eine regionale Versorgung für die Bezirke Stadt Graz und Graz-Umgebung derzeit nicht abdeckbar ist, sowie Möglichkeiten aufzuzeigen, wie die Letztere erreicht werden könnte. Die Rahmenbedingungen für die Betrachtung basieren generell auf den globalisierten Ernährungswirtschaftssystemen:

- Vulnerabilität der Versorgungssicherheit: Energieabhängigkeit, Klimawandel
- Relativ weniger Beschäftigte in der Landwirtschaft
- Marktkonzentration von wenigen multinationalen Konzernen (Saatgut, Agrochemie, Handel, etc.)
- Land-Grabbing², Verletzung von Arbeitsrechten (z.B. Sicherheit, Bezahlung)
- subventionierte Exportorientierung zerstört lokale, resiliente Märkte
- negative Auswirkungen der Volatilität der Weltmarktpreise (Einkommenseinbußen bei ProduzentInnen, Leistbarkeit von Lebensmitteln bei KonsumentInnen)
- nicht saisonal-regionaler Konsum (z.B. Kirschen und Tomaten im Winter)
- fleischintensiver, fertigprodukt-orientierter Konsum
- hohe Verschwendungsanteile bei Lebensmitteln (bis zu 50 % landen im Müll).

1.2.2.2 Lösungen, Erfolge

Die Studie lieferte folgende Ergebnisse:

- Ist-Zustand Selbstversorgung für Graz und Graz-Umgebung:
 - Innerhalb der untersuchten Kategorien (Gemüse, Obst, Getreide, Kuhmilch, Eier und Fleisch) konnte nur bei Obst eine sehr hohe Selbstversorgung festgestellt werden (bis zu 82 %). Jedoch wird dieses tatsächliche Selbstversorgungspotential nicht ausgeschöpft, weil rund 50 % des konsumierten Obstes importierte Südfrüchte sind.
 - Bei Getreide werden etwa 11 % als Brotgetreide angebaut. Der Rest wird als Tierfutter vermarktet. Würden diese Flächen auch mit Brotgetreide angebaut, könnte der Deckungsgrad von 16,5 % auf 196 % steigen.
 - Beim Fleisch beträgt der Deckungsgrad etwa 33 % (aktuelle Produktionsmengen), jedoch sind hier die Importe von Sojabohnen und ähnlichen Futtermitteln nicht berücksichtigt, welche dafür aber entscheidend sind. Ähnliche Überlegungen gibt es für die Milchproduktion, die einen Deckungsgrad von fast 29 % erreicht.
 - Am niedrigsten ist der Deckungsgrad für Eier, die sich auf knapp über 11 % beläuft.
 - Diese Zahlen basieren auf den gegenwärtig genutzten landwirtschaftlichen Flächen. Ihr Anteil jedoch wird durch Versiegelung geringer. Insbesondere im urbanen und suburbanen Raum gingen zwischen 1999 und 2014 aufgrund des Städtewachstums und Zuzugs 6 % Ackerland in Graz und Graz-Umgebung verloren.
- Szenarien zur Änderung des Ist-Zustands für eine erhöhte Selbstversorgung:
 - Basis: gesunde Ernährung nach der österreichischen Ernährungspyramide und entsprechende Änderung der Flächennutzung in der Region (z.B. weniger

² „teilweise illegitime oder illegale Aneignung von Land, insbesondere Agrarfläche oder agrarisch nutzbare Flächen, oft durch wirtschaftlich oder politisch durchsetzungsstarke Akteure.“ (Wikipedia)

Fleisch und mehr Gemüse würde mehr Anbauflächen für Gemüse und weniger für Viehzucht bedeuten; oder Ernährung der Nutztiere nicht durch importierte Futtermittel, sondern nur über Grünflächen; oder eine agrarökologische³ Bewirtschaftung der landwirtschaftlichen Flächen).

- Ergebnisse: eine Konsumumstellung kann sehr wirksam zur Verbesserung des Selbstversorgungsgrades der Bezirke Graz und Graz-Umgebung beitragen, jedoch nur, wenn die landwirtschaftliche Flächenwidmung an die Nachfrage eines nach den Prinzipien der gesunden Ernährung orientierten Konsums angepasst worden ist.

Graz und Graz-Umgebung könnten sich zu 77 % selbst mit Getreide, Gemüse, Obst, Hülsenfrüchten und pflanzlichen Ölen versorgen. Der Bedarf an tierischen Produkten (Fleisch, Milch, Milchprodukte, Eier und tierische Fette) könnte zu 18 % durch Produktion innerhalb der Region gedeckt werden.

Insgesamt könnte der gesamte Selbstversorgungsgrad von Graz und Graz-Umgebung somit von 19 % auf 27 % erhöht werden.

Letztlich wird auch der Selbstversorgungsgrad der beiden Bezirke im Falle einer rein vegetarischen Ernährung diskutiert. In diesem Fall könnte der Selbstversorgungsgrad auf 93 % erhöht werden. Würden zudem zusätzliche Produktionsflächen (z.B. Haus- oder Schrebergärten, Dachgärten etc.) genutzt werden, wäre eine Annäherung an 100 % Selbstversorgungsgrad möglich. Dafür würden insgesamt etwa 2.000 ha benötigt werden.

1.2.2.3 Kurzbeschreibung

Zuerst wurde der Ist-Zustand der Produktion aus den Bezirken Graz und Graz-Umgebung bestimmt. Parallel dazu wurden auch die Daten zum aktuellen Konsumverhalten erhoben. Darauf basierend, wurden Produktion und Konsum analysiert und mittels Szenarien aufgezeigt, wie der Selbstversorgungsgrad der beiden Bezirke erhöht werden könnte. Nicht regional angebaute bzw. nicht anbaubare Produkte (Südfrüchte, Kakao, Zucker) wurden aufgrund der Fragestellung nicht betrachtet. Somit wurde mit den folgenden Lebensmittelgruppen gearbeitet: Gemüse, Obst, Getreide, Kuhmilch, Eier und Fleisch (Rind, Huhn, Schwein). Die Produktions- und Flächendaten wurden von den zuständigen Ämtern zur Verfügung gestellt.

Die Datenerhebung für den Konsum erfolgte anhand des Miniwarenkorbs, der Konsumerhebung und der rollierenden Agrarmarktanalyse. Zusätzlich wurden auch einige Fertiggerichte herangezogen, wobei die entsprechenden Rohprodukte herausgerechnet wurden. Stoffflüsse wurden nicht mitberücksichtigt.

Die Daten für den Pro-Kopf-Konsum (425.000 EinwohnerInnen) und -Produktion (in kg bzw. t) wurden in zwei Szenarien gegenübergestellt, was den theoretischen Selbstversorgungsgrad entspricht. Die Szenarien beziehen sich auf: 1) an die Anforderungen der österreichischen Ernährungspyramide angepasster Ernährungsstil sowie entsprechende Anpassung der landwirtschaftlichen Flächen, und 2) an die Anforderungen der österreichischen vegetarischen Ernährungspyramide angepasster Ernährungsstil, entsprechende Anpassung der landwirtschaftlichen Flächen sowie Einsatz zusätzlicher Flächen (Dachterrassen, Schrebergärten, etc.) für Produktionszwecke.

³ Die Erhöhung der Bodenfruchtbarkeit ist oberste Priorität und wird möglichst ohne externe Inputs erreicht.

1.2.2.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Berechnung der Möglichkeiten für Graz und Graz-Umgebung, sich mit Obst, Gemüse, Getreide und tierischen Produkten selbst zu versorgen. Eine ausschließlich vegetarische Ernährung als Lösung ist nicht als realistisch einzustufen.

1.2.2.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

[Hintz et al., 2017]

1.2.3 Steirische Ernährungspyramide und Steirischer Ernährungswürfel

1.2.3.1 Ausgangslage

Eine gesunde Ernährung und die Vorsorge für die Umwelt sind zwei Aspekte eines gemeinsamen Konzeptes, bei dem Gesundheit von Mensch und Umwelt miteinander verknüpft sind. Der Konsum saisonaler – und somit auch am regionalen Lebensmittelangebot orientierter – Produkte trägt sowohl zu einer ausgewogenen Ernährung als auch zur Reduktion von Treibhausgasemissionen bei. Für dieses Umdenken sind laufende Bewusstseinsbildung und didaktische Mittel notwendig.

1.2.3.2 Lösungen, Erfolge

Die „steirische Ernährungspyramide“ stellt die auf die regionalen steirischen landwirtschaftlichen Produkte „umgeschriebene“ klassische Ernährungspyramide dar. Sie informiert darüber, wie die Vorgaben für eine gesunde Ernährung mit regionalen Lebensmitteln (d.h. aus der Steiermark) je nach Saison erfüllt werden können. Die Pyramide kann im Alltag, aber auch im Unterricht verwendet werden. Nach dem Erfolg der Pyramide wurde auch der „steirische Ernährungswürfel“ als didaktisches Mittel angeboten, welcher zusätzlich relevante Informationen, wie z.B. Lebensmittelkennzeichnung, Portionsgrößen-Ratgeber, etc. anbietet.

1.2.3.3 Kurzbeschreibung

Die Landwirtschaftskammer Steiermark hat bereits im Jahr 2010 die nationalen Empfehlungen für eine gesunde und umweltbewusste Ernährung mit regionalen und saisonalen Lebensmitteln an die steirischen Bedingungen angepasst. Mittlerweile erscheint die steirische Ernährungspyramide nach einer Aktualisierung in Zusammenarbeit mit dem Gesundheitsfonds Steiermark in einem neuen Layout. Als didaktisches Modell für den Alltag, den Ernährungsunterricht und die Ernährungsberatung wurde zusätzlich auch der steirische Ernährungswürfel entwickelt. Beide können online bestellt werden. Die Informationen können auch als Poster oder Infofolder erhalten werden. Die vermittelten Informationen umfassen:

Die Vielfalt der steirischen Obst- und Gemüsesorten auf einem Saisonkalender mit dem Motto „Nicht alles zu jeder, aber jedes zu seiner Zeit“. Die aufgelisteten Vorteile sind:

- hohe Konzentrationen an Vitaminen, Mineralstoffen, sekundären Pflanzeninhaltsstoffen
- mehr Geschmack
- mehr Frische
- mehr Vielfalt
- günstiger Einkauf

- Unterstützung der heimischen Bäuerinnen und Bauern
- Erhalt der heimischen Kulturlandschaft
- Beitrag zum Umweltschutz

Zusätzlich sind eine Kennzeichnung der Lebensmittelherkunft sowie die wichtigsten Gütesiegel und Marken angeführt. Nicht zuletzt wird nützliche Information über die optimale Portionsgröße gegeben.

1.2.3.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Diese innovative Anpassung bewusstseinsbildender Maßnahmen an die regionale Spezifik kann als Denkanstoß dienen, sich angepasst an die Region und die Stadt Graz ein individuelles Ernährungsprogramm zu überlegen.

1.2.3.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<http://www.gscheitessen.at/steirische-ernaehrungspyramide>

1.2.4 Projekt VESPE Graz

1.2.4.1 Ausgangslage

Das Ziel des Projektes war es, zu untersuchen, wieviel Prozent der im LKH-Universitätsklinikum Graz eingesetzten Lebensmittel schlussendlich nicht konsumiert werden, und die Gründe dafür zu analysieren.

1.2.4.2 Lösungen, Erfolge

Aufbauend auf der Ist-Situation der Speiseabfallmengen im LKH-Universitätsklinikum Graz, wurden Maßnahmen zur Optimierung des Lebensmitteleinsatzes und zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen entwickelt.

Die Ergebnisse zeigten, dass die Lebensmittel im LKH sehr effizient eingesetzt werden. Bezogen auf die Menge an produzierten Speisen fallen 21 % als Speiserest an. Im Vergleich zu anderen untersuchten Krankenhäusern ist dies ein ausgezeichneter Wert. Der wichtigste Grund dafür ist der sehr effiziente und bewusste Umgang bei der Lebensmittelbestellung und -management.

1.2.4.3 Kurzbeschreibung

Das Projekt „Analyse des Einsatzes von Lebensmitteln und Entwicklung von Maßnahmen zur Vermeidung von Speiseabfällen bei der Gemeinschaftsverpflegung in der LKH-Universitätsklinikum Graz (VESPE)“ wurde im Auftrag der Steiermärkischen Krankenanstalten Ges.m.b.H. und des LKH-Universitätsklinikums Graz umgesetzt.

1.2.4.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Der sorgsame Umgang mit Lebensmitteln ist ein Aspekt in der Diskussion zur Selbstversorgung. Je geringer die Lebensmittelverschwendung ist, umso mehr steigt die Kapazität für die Abdeckung der Bedürfnisse eines Ballungszentrums mit regionalen Lebensmitteln.

1.2.4.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

[Daxbeck et al., 2013]

1.2.5 Konferenzreihe „Gesund essen – gesund leben“

1.2.5.1 Ausgangslage

Die gesundheitlichen und umweltbezogenen Aspekte bei der Versorgung mit regionalen Lebensmitteln sind mittlerweile gut bekannt. Die Verfügbarkeit von regionalen landwirtschaftlichen ProduzentInnen ist jedoch ein noch nicht ausreichend diskutiertes Thema im Kontext einer vollständigen (d.h. mit möglichst allen Lebensmitteln bzw. permanent) Selbstversorgung (z.B. im Bereich der Fischzucht). Diese Themen bildeten den Schwerpunkt bei der letzten, 6. Konferenz.

1.2.5.2 Lösungen, Erfolge

Wichtig bei der 2015-er Ausgabe der Konferenzreihe war das Ansprechen von Themen, welche bis jetzt noch nicht im Zentrum der Diskussionen standen. Somit wurden neue Denk- und Handlungsanstöße gegeben, sodass ein erhöhter Selbstversorgungsgrad mit landwirtschaftlichen Produkten langfristig auch umgesetzt werden kann.

1.2.5.3 Kurzbeschreibung

Der Schwerpunkt der 6. Konferenz (2015) lag auf gesunder Ernährung, wobei insbesondere die Vorzüge von regionalen und saisonalen Lebensmitteln in den Vordergrund gestellt wurden. Neben den gesundheitlichen und sozialen Aspekten wurde auch die noch geringe Verfügbarkeit regionaler Lebensmittelproduzenten (z.B. im Bereich der Fischzucht) diskutiert. Als ein Hemmnis beim Bezug regionaler Produkte für den Einzelhandel wurde auch die Schwierigkeit genannt, über längere Zeit regionale Produkte einer Sorte anzubieten. Als weitere wichtige Faktoren bei der Vermarktung regionaler Lebensmittel wurden die entsprechende Qualität sowie die notwendigen Gütesiegel identifiziert.

1.2.5.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Die Thematisierung von Aspekten, wie noch fehlendes regionales landwirtschaftliches Produktionssortiment, dauerhafte Verfügbarkeit von Sorten etc., ist eine entscheidende Grundlage für die Umsetzung der 30-30-30-Ziele für das Ballungszentrum Graz.

1.2.5.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<http://www.gesundheitsfonds-steiermark.at/Seiten/Gesundheitskonferenz-2011.aspx>

1.2.6 Projekt „GEMEINSAM G'SUND GENIESSEN“

1.2.6.1 Ausgangslage

Anstoß für dieses Projekt war die alarmierende Situation bei den Essgewohnheiten v.a. bei Kindern und Jugendlichen: nur rund 37% der österreichischen SchülerInnen essen

mindestens einmal täglich Obst, und Gemüse nur etwa 19 %. Gleichzeitig konsumieren etwa 48 % an mindestens 5 Tagen der Woche Süßigkeiten (rund 32 % sogar täglich). Das Resultat ist, dass etwa 40 % der steirischen Bevölkerung übergewichtig sind, und weitere 10 % sogar in krankhaftem Ausmaß.

1.2.6.2 Lösungen, Erfolge

In Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung wurde in Zusammenarbeit mit ErnährungsberaterInnen darauf geachtet, dass die Menüzusammenstellung oder die Herkunft der Lebensmittel (Regionalität) den Kriterien für eine gesunde und ausgewogene Ernährung entsprechen.

Zudem wurde den Gemeinschaftsverpflegungseinrichtungen Hilfe bei der Optimierung des Angebotes zur Verfügung gestellt, wie z.B. Fortbildungsveranstaltungen, online-Hilfe (Mustermenüs, Rezepte) auf der Website www.gemeinsam-genießen.at. Seit 2016 ist auch eine finanzielle Unterstützung für alle Einrichtungen angeboten, welche zusätzlich weitere Hilfe durch ErnährungsexpertInnen in Anspruch nehmen wollen (Förderung der Beratungskosten bis zu 1.000 Euro) sowie ein Leitfaden mit Kriterien für Gemeinschaftsverpflegungseinrichtungen. Diese Kriterien umfassen: Spezifik der Gemeinschaftsverpflegung (Verpflegungsarten und -systeme), die Ernährungspyramide als Basis, Rahmenbedingungen (Einkauf, Einsatz regionaler und saisonaler Lebensmittel, optimale Speisepläne, Abfallvermeidung, Spezifik der Zielgruppen).

Im Mai 2017 wurde auch ein Austausch- und Fortbildungstreffen der Größküchen der Gemeinschaftsverpflegung in der Landwirtschaftlichen Fachschule Alt-Grottenhof („TREFFPUNKT GROSSKÜCHE“) erfolgreich angehalten, Schwerpunkt dabei war die Nutzung von (regionalen) Biolebensmitteln.

1.2.6.3 Kurzbeschreibung

Das Projekt wurde vom Gesundheitsfonds Steiermark in Zusammenarbeit mit der Steiermärkischen Gebietskrankenkasse bis Ende 2013 durchgeführt. Mit diesem Projekt hat der Gesundheitsfonds Steiermark einen ersten Schritt in Richtung einer gesunden Ernährung in der Gemeinschaftsverpflegung gelegt. So sollen die KonsumentInnen die Gewohnheiten für gesundes und ausgewogenes Essen aufbauen.

1.2.6.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Das zitierte Projekt ist ein Best-Practice-Beispiel dafür, wie ein Problem regional gelöst werden kann. Zudem bietet es eine operativ funktionierende Basis für die Erweiterung um die Komponente der regionalen Lebensmittel. Der Kriterienleitfaden für eine gesunde Ernährung in der Gemeinschaftsverpflegung berücksichtigt als eigenen Schwerpunkt den Einsatz regionaler und saisonaler Lebensmittel in optimierten Speiseplänen sowie die Abfallvermeidung in den Größküchen.

1.2.6.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<http://www.gesundheitsfonds-steiermark.at/Seiten/Gesundheitskonferenz-2011.aspx>

[Gesundheitsförderungsfonds Steiermark, 2017]

[Martina Karla Steiner, 2016]

1.2.7 Herkunftskennzeichnung in Großküchen, Gastronomie und Hotellerie

1.2.7.1 Ausgangslage

Obwohl die Herkunft der Lebensmittel in der Außer-Haus-Verpflegung immer mehr an Bedeutung gewinnt, ist es oft nicht möglich, Information über die Herkunft der verwendeten Zutaten einfach zu bekommen.

1.2.7.2 Lösungen, Erfolge

Ausgehend von der Erfahrung in der Schweiz, sollen vor, während und nach der Veranstaltung Best-Practice-Beispiele bei der Zurverfügungstellung von Information über die Herkunft der verwendeten Lebensmittel in den Großküchen der Außer-Haus-Verpflegung präsentiert werden. In Anlehnung an den seit 1. März 2016 geltenden Landtags-Beschluss wird auch gefordert, dass Großküchen nur mehr nach dem Bestbieter-, und nicht mehr nach dem Billigstbieterprinzip einkaufen.

1.2.7.3 Kurzbeschreibung

Während der „Woche der Landwirtschaft“ (österreichweit vom 16. bis 22. Mai 2016) initiiert die Landwirtschaftskammer Steiermark eine unbürokratische Herkunftskennzeichnung von Fleisch und Eiern auf Bundesebene bei der Außer-Haus-Verpflegung. Mehr Information für die Ergebnisse der Veranstaltung konnten nicht gefunden werden.

1.2.7.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Eine verpflichtende und unkomplizierte Herkunftskennzeichnung der verwendeten Lebensmittel in Großküchen sowie die Orientierung des Einkaufs nach dem Bestbieterprinzip sind wirkungsvolle Instrumente für die Erhöhung des Anteils regionaler Lebensmittel.

1.2.7.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<https://www.meinbezirk.at/leibnitz/lokales/startschuss-fuer-herkunftskennzeichnung-in-grosskuechen-gastronomie-und-hotellerie-d1735843.html>

1.2.8 Studie über Motive und Hemmnisse bei privaten KonsumentInnen (Stmk, Sbg)

1.2.8.1 Ausgangslage

Die Arbeit hatte zum Ziel, die Verhaltensmotivation von PrivatkonsumentInnen mittels eines Dauerexperiments zu untersuchen.

1.2.8.2 Lösungen, Erfolge

Die Arbeit verhalf zur Identifikation von bis dato noch nicht bekannten Motiven für die (Nicht)verwendung von regionalen Lebensmitteln sowie zur Bestätigung von bereits bekannten:

- Bekannte Motive: Literaturdaten wurden hinsichtlich besserer Qualität, besseren Geschmacks, mehr Vertrauen und Transparenz bestätigt.
- Neue Motive: Umgang mit regionalen Lebensmitteln besser bekannt, bessere Produktions- und Arbeitsbedingungen, besseres Erscheinungsbild regionaler Produk-

te, Spaß an der Verarbeitung regionaler Produkte, Verbraucherfreundlichkeit regionaler Angebote.

- Bekannte Barrieren: Literaturdaten wurden hinsichtlich eines hohen Preises, eines hohen Zeitaufwandes, eingeschränkteren Produktangebots sowie nicht ausreichender Produktkennzeichnung bestätigt.
- Neue Barrieren: Verzicht auf bestimmte Produkte, regionale Produkte sind kaum über herkömmliche Versorgungsstrukturen zu beziehen, somit ist ihr Verzehr aufgrund langer Einkaufswege nicht umweltschonend, Vorbereitungen auf den Winter sind notwendig, schlechte Verfügbarkeit von regionalen Produkten im Supermarkt, Täuschung: Falsche Produktinformationen, notwendiges Wissen über Verarbeitung und Zubereitung unverarbeiteter regionaler Lebensmittel.

1.2.8.3 Kurzbeschreibung

Die Studie „Regionale Ernährung im Selbstversuch – Motive, Barrieren und Erfahrungen aus Salzburg und der Steiermark“ untersuchte im Rahmen eines Versuchs mit privaten KonsumentInnen (7 Salzburger und 4 steirischen Familien) die Motive und Hemmnisse für Ernährung mit regionalen Lebensmitteln. Die ProbandInnen ernährten sich über 6 Monate hinweg ausschließlich von Produkten des eigenen Bundeslandes. Neben bereits bekannten Hemmnissen und Barrieren wurden auch neue identifiziert, welche beim Etablieren eines vermehrten Bezugs regionaler Lebensmittel nützlich sein können.

1.2.8.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Insbesondere die noch nicht bekannten Motive für die (Nicht)verwendung von regionalen Lebensmitteln dienen als Denkanstoß für die Formulierung angepasster zukünftiger Bewusstseinsbildungsmaßnahmen und -strategien.

1.2.8.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

[Kirchhofer & Penker, 2016]

1.2.9 Initiative „Ich tu's“

1.2.9.1 Ausgangslage

Im Rahmen der Energie- und Klimaschutzinitiative „Ich tu's“ des Landes Steiermark wird online- und persönlich auch über den Einsatz regionaler und saisonaler Lebensmittel beraten.

1.2.9.2 Lösungen, Erfolge

Die Ernährungsberatung berücksichtigt die individuellen Bedürfnisse der KonsumentInnen im Kontext einer Ernährung mit bevorzugt regionalen und saisonalen landwirtschaftlichen Produkten.

1.2.9.3 Kurzbeschreibung

Das Land Steiermark setzt eine Reihe von Maßnahmen für den Klimaschutz und mehr Energieeffizienz um. „Ich tu's“ hat zum Ziel, die effiziente Energienutzung zu unterstüt-

zen – auch durch die Wahl der richtigen Lebensmittel. Zusätzlich sind Folder, Flyer, ein Klimamaßnahmenpaket sowie Klima-Malhefte mit hilfreichen Tipps zur Verfügung gestellt.

1.2.9.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Diese Initiative kann in die Zielerreichung „30-30-30“ eingebunden werden.

1.2.9.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<http://www.gesundheitsportal-steiermark.at/angebote/Seiten/Ernaehrungsberatung-20.aspx>

1.2.10 Veranstaltungen

1.2.10.1 Ausgangslage

Mittels Veranstaltungen, mit ausreichendem Multimedia-Informationsangebot und Führungen, sowie Schulstunden und Presseaussendungen wird die Versorgung mit regionalen Lebensmitteln aus der (Süd) Steiermark thematisiert, und ihre Vorteile betont.

1.2.10.2 Lösungen, Erfolge

Innovative Präsenz des Themas „Versorgung mit regionalen Lebensmitteln“ für die KonsumentInnen.

1.2.10.3 Kurzbeschreibung

Die Ausstellung „Genussregal“ bietet selbsterklärende Informationen (durch Hörstationen, Filme, Schautafeln) zu den Vorteilen des Einkaufs regionaler Lebensmittel und über die Produkte der Südsteiermark. Gegen Voranmeldung können auch Sonderführungen gebucht werden (z.B. „Große Genussstour“).

Mit dem Welternährungstag wurden am 16. Oktober 2014 von Landjugendlichen in der ganzen Steiermark Volksschulstunden angeboten, um den Kindern über den Wert von regionalen Lebensmitteln zu sensibilisieren. Die Aktivitäten umfassten Kennenlernspiele, einen Film über die Produktion von Lebensmitteln, ein Rätselheft und eine gesunde Jause zum Abschluss.

Eine ORF-Reportage (2012) belegt zudem, dass derzeit die KonsumentInnen weniger als 13 % des Einkommens für Lebensmittel ausgeben (gegen 30 % vor wenigen Jahrzehnten). Zukünftig soll jedoch dieser Trend geändert werden (d.h. die Ausgaben für Nahrungsmittel sollen erneut steigern), wenn die KonsumentInnen bewusst in wertvolle, regionale Lebensmittel investieren.

1.2.10.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Die zitierten Veranstaltungen bzw. Presseaussendung bieten gute Beispiele für lokale bzw. regionale Aktionen, um die heimischen Lebensmittel aufzuwerten. Als solche können sie eine Ausgangsbasis bzw. Ideen für zukünftige Bewusstseinsbildungsmaßnahmen anbieten.

1.2.10.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<http://www.genussregal.at/vorteile-vor-ort/>
<http://www.jugendreferat.steiermark.at/cms/beitrag/12109338/58415667/>
<http://steiermark.orf.at/news/stories/2537004/>

1.2.11 Feinkostladen Steiermark

1.2.11.1 Ausgangslage

Die Verknüpfung von Tourismus und verstärkten Einsatz regionaler Lebensmittel führt nicht nur zu einem wirtschaftlich gegenseitigen Vorteil, sondern auch zur dauerhaften Etablierung von regionalen Lebensmitteln als die richtige Verbraucherwahl.

1.2.11.2 Lösungen, Erfolge

Das Angebot regionaler landwirtschaftlicher Produkte wird mit attraktiven Besuchen der Steiermark verknüpft. Tourismus und Landwirtschaft werben gemeinsam.

1.2.11.3 Kurzbeschreibung

Hochwertige regionale Lebensmittel und Produkte werden für die KonsumentInnen auf dem Feinkostladen-Steiermark-Portal <https://www.steiermark.com/de/urlaub/essen-trinken/feinkostladen> geführt, verbunden mit Möglichkeiten, die Regionen der Steiermark durch einen Besuch besser kennenzulernen. Somit wird die Entwicklung des Tourismus in der Region erfolgreich mit der Vermarktung regionaler landwirtschaftlichen Produkte verknüpft.

1.2.11.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Eine von vielen, jedoch spezifisch für die Steiermark gestaltete, gelungene Verknüpfung von Tourismus und regionaler Landwirtschaft als Illustration von Synergieeffekten.

1.2.11.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<https://www.steiermark.com/de/urlaub/essen-trinken/feinkostladen>

1.2.12 GENUSS REGIONEN in der Steiermark

1.2.12.1 Ausgangslage

s. Kapitel „Bestbieter- statt Billigstbieterprinzip für Lebensmittelausschreibungen in der Gemeinschaftsverpflegung

1.2.12.2 Ausgangslage

Regionale Lebensmittel sind klimaschonend und schaffen die Möglichkeit für einen hohen Selbstversorgungsgrad von urbanen Zentren, sie sind jedoch nicht immer die wirtschaftlichere Option im Vergleich zu importierter Ware.

1.2.12.3 Lösungen, Erfolge

Dieses Problem wurde auf Bundesebene thematisiert und seit 2016 gilt bei öffentlichen Ausschreibungen von Fleisch, Milch, Butter, Eier, Gemüse und Obst bereits das Bestbieter- statt des Billigstbieterprinzips. „Im neuen Arbeitsübereinkommen der Bundesregierung ist es gelungen, diesen Erfolg auf alle Lebensmittel auszuweiten. Derzeit ist der Gesetzesentwurf zur Vergaberechtsnovelle in Begutachtung und soll im Mai 2017 von der Regierung beschlossen werden.“ Derzeit (Juli 2017) ist der Gesetzesentwurf bereits vom Ministerrat beschlossen worden; der Parlamentsbeschluss ist noch ausständig.

1.2.12.4 Kurzbeschreibung

Ein höherer Einsatz regionaler Lebensmittel ist nicht nur klimaschonend, sondern unterstützt die regionale Wertschöpfung und ermöglicht einen höheren Selbstversorgungsgrad für Ballungszentren. Bewusstseinsbildende Maßnahmen sind eine wichtige Voraussetzung dafür, eine weitere ist das Bekenntnis von Bund und Ländern auf gesetzlicher Ebene dazu. Ein Beispiel dafür ist die Anforderung an öffentlichen Ausschreibungen für die Beschaffung von Lebensmitteln in der Gemeinschaftsverpflegung. Im Jahr 2016 wurde in diesem Bereich für Fleisch, Milch, Butter, Eier, Gemüse und Obst verpflichtend die Regionalität im Sinne eines Bestbieter- statt Billigstbieterprinzips eingeführt. In einem zweiten Schritt gilt es nun, die darin eingeschlossene Produktpalette zu erweitern.

1.2.12.5 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Gesetzlich vorgeschriebene Regionalität beim Einkauf von Lebensmitteln in der Gemeinschaftsverpflegung im Sinne des Bestbieter- statt Billigstbieterprinzips ermöglicht die Stärkung der regionalen LandwirtInnen und somit einen auf Dauer höheren Selbstversorgungsgrad für Großstädte.

1.2.12.6 Unterlagen, Quellen, Verweise

<https://www.bmlfuw.gv.at/service/presse/land/2017/170220LARK.html>

Landesweite Initiative „GENUSS REGION ÖSTERREICH“.

1.2.12.7 Lösungen, Erfolge - regionale Spezifik

Neben weitbekannten Produkten, wie Kürbiskernöl und Äpfel, werden auch weitere regionalen Lebensmittel popularisiert, wie z.B. Ausseerland Saibling & Forelle, Ennstal Lamm, Feldbacher Honig, etc., sowie authentische regionale Rezepte. Eine eigens geführte Initiative, um Produzenten und Betriebe direkt zu vernetzen, ist mittels des Steirischen Spezialitäten Anbieterverzeichnis umgesetzt.

1.2.12.8 Kurzbeschreibung

s. Kapitel „Bestbieter- statt Billigstbieterprinzip für Lebensmittelausschreibungen in der Gemeinschaftsverpflegung

1.2.12.9 Ausgangslage

Regionale Lebensmittel sind klimaschonend und schaffen die Möglichkeit für einen hohen Selbstversorgungsgrad von urbanen Zentren, sie sind jedoch nicht immer die wirtschaftliche Option im Vergleich zu importierter Ware.

1.2.12.10 Lösungen, Erfolge

Dieses Problem wurde auf Bundesebene thematisiert und seit 2016 gilt bei öffentlichen Ausschreibungen von Fleisch, Milch, Butter, Eier, Gemüse und Obst bereits das Bestbieter- statt des Billigstbieterprinzips. „Im neuen Arbeitsübereinkommen der Bundesregierung ist es gelungen, diesen Erfolg auf alle Lebensmittel auszuweiten. Derzeit ist der Gesetzesentwurf zur Vergaberechtsnovelle in Begutachtung und soll im Mai 2017 von der Regierung beschlossen werden.“ Derzeit (Juli 2017) ist der Gesetzesentwurf bereits vom Ministerrat beschlossen worden; der Parlamentsbeschluss ist noch ausständig.

1.2.12.11 Kurzbeschreibung

Ein höherer Einsatz regionaler Lebensmittel ist nicht nur klimaschonend, sondern unterstützt die regionale Wertschöpfung und ermöglicht einen höheren Selbstversorgungsgrad für Ballungszentren. Bewusstseinsbildende Maßnahmen sind eine wichtige Voraussetzung dafür, eine weitere ist das Bekenntnis von Bund und Ländern auf gesetzlicher Ebene dazu. Ein Beispiel dafür ist die Anforderung an öffentlichen Ausschreibungen für die Beschaffung von Lebensmitteln in der Gemeinschaftsverpflegung. Im Jahr 2016 wurde in diesem Bereich für Fleisch, Milch, Butter, Eier, Gemüse und Obst verpflichtend die Regionalität im Sinne eines Bestbieter- statt Billigstbieterprinzips eingeführt. In einem zweiten Schritt gilt es nun, die darin eingeschlossene Produktpalette zu erweitern.

1.2.12.12 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Gesetzlich vorgeschriebene Regionalität beim Einkauf von Lebensmitteln in der Gemeinschaftsverpflegung im Sinne des Bestbieter- statt Billigstbieterprinzips ermöglicht die Stärkung der regionalen LandwirtInnen und somit einen auf Dauer höheren Selbstversorgungsgrad für Großstädte.

1.2.12.13 Unterlagen, Quellen, Verweise

<https://www.bmlfuw.gv.at/service/presse/land/2017/170220LARK.html>

Landesweite Initiative „GENUSS REGION ÖSTERREICH“.

Das Land Steiermark ist seit 2005 mit mittlerweile 18 GenussRegionen und einer Partnerregion an der österreichweiten Initiative GENUSS REGION beteiligt. Dadurch wird ein Schwerpunkt auf regionale landwirtschaftliche Erzeugnisse gelegt, entlang der gesamten Wertschöpfungskette: von der traditionellen Verarbeitung über das generationenübergreifende Wissen bis zur Wertschätzung von Kultur- und Naturlandschaft.

1.2.12.14 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

s. Kapitel „Bestbieter- statt Billigstbieterprinzip für Lebensmittelausschreibungen in der Gemeinschaftsverpflegung“

1.2.12.15 Ausgangslage

Regionale Lebensmittel sind klimaschonend und schaffen die Möglichkeit für einen hohen Selbstversorgungsgrad von urbanen Zentren, sie sind jedoch nicht immer die wirtschaftlichere Option im Vergleich zu importierter Ware.

1.2.12.16 Lösungen, Erfolge

Dieses Problem wurde auf Bundesebene thematisiert und seit 2016 gilt bei öffentlichen Ausschreibungen von Fleisch, Milch, Butter, Eier, Gemüse und Obst bereits das Bestbieter- statt des Billigstbieterprinzips. „Im neuen Arbeitsübereinkommen der Bundesregierung ist es gelungen, diesen Erfolg auf alle Lebensmittel auszuweiten. Derzeit ist der Gesetzesentwurf zur Vergaberechtsnovelle in Begutachtung und soll im Mai 2017 von der Regierung beschlossen werden.“ Derzeit (Juli 2017) ist der Gesetzesentwurf bereits vom Ministerrat beschlossen worden; der Parlamentsbeschluss ist noch ausständig.

1.2.12.17 Kurzbeschreibung

Ein höherer Einsatz regionaler Lebensmittel ist nicht nur klimaschonend, sondern unterstützt die regionale Wertschöpfung und ermöglicht einen höheren Selbstversorgungsgrad für Ballungszentren. Bewusstseinsbildende Maßnahmen sind eine wichtige Voraussetzung dafür, eine weitere ist das Bekenntnis von Bund und Ländern auf gesetzlicher Ebene dazu. Ein Beispiel dafür ist die Anforderung an öffentlichen Ausschreibungen für die Beschaffung von Lebensmitteln in der Gemeinschaftsverpflegung. Im Jahr 2016 wurde in diesem Bereich für Fleisch, Milch, Butter, Eier, Gemüse und Obst verpflichtend die Regionalität im Sinne eines Bestbieter- statt Billigstbieterprinzips eingeführt. In einem zweiten Schritt gilt es nun, die darin eingeschlossene Produktpalette zu erweitern.

1.2.12.18 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Gesetzlich vorgeschriebene Regionalität beim Einkauf von Lebensmitteln in der Gemeinschaftsverpflegung im Sinne des Bestbieter- statt Billigstbieterprinzips ermöglicht die Stärkung der regionalen LandwirtInnen und somit einen auf Dauer höheren Selbstversorgungsgrad für Großstädte.

1.2.12.19 Unterlagen, Quellen, Verweise

<https://www.bmlfuw.gv.at/service/presse/land/2017/170220LARK.html>

Landesweite Initiative „GENUSS REGION ÖSTERREICH“.

Zusätzlich kann die Initiative zur Direktvernetzung von KonsumentIn und ProduzentIn „Steirisches Spezialitäten Anbieterverzeichnis“ als gelungene Maßnahme empfohlen werden.

1.2.12.20 Unterlagen, Quellen, Verweise

<http://www.genuss-region.at/genussregionen/steiermark/genussregionen-in-der-steiermark.html>

<https://www.steirische-spezialitaeten.at/>

<https://www.steirische-spezialitaeten.at/anbieterverzeichnis>

1.3 Stadt Wien

1.3.1 ÖkoKauf Wien

1.3.1.1 Ausgangslage

Die Stadt Wien zielt auf eine dauerhafte Reduktion der Treibhausgasemissionen ab. Dies ist u.a. auch mit dem KonsumentInnenverhalten im Bereich Lebensmittel verknüpft.

1.3.1.2 Lösungen, Erfolge

Mit dem Pilotprojekt „Natürlich Gut Teller“ im Rahmen des Programms für die ökologische Beschaffung der Stadt Wien „ÖkoKauf Wien“ wird der Schwerpunkt auf eine Ernährung nach ökologischen Kriterien gelegt. Dabei werden Speisen ausgezeichnet, die eine besondere Umweltfreundlichkeit aufweisen und aktiv zur Reduktion der Treibhausgasemissionen beitragen. Der Projekterfolg wird u.a. auch am gleichnamigen Kochbuch gemessen, worin die Pensionisten-Wohnhäuser "Häuser zum Leben" 32 "natürlich gut Teller"-Rezepte gesammelt haben. Die Letzteren eignen sich nicht nur für Großküchen, sondern auch für Privathaushalte. Für die öffentliche Beschaffung gilt gemäß Erlass der Magistratsdirektion verbindlich der Katalog „Ökologische Kriterien für die Beschaffung von Lebensmitteln sowie Erzeugnissen aus biologischer Landwirtschaft“, zur Umsetzung der beiden Ziele:

- Lebensmittel aus kontrolliert biologischem Landbau in verstärktem Maße zu beschaffen – mindestens 30% (bei monetärer Bewertung)
- Obst und Gemüse möglichst entsprechend der Saison und der Region einzukaufen.

1.3.1.3 Kurzbeschreibung

"ÖkoKauf Wien" ist das Programm für die ökologische Beschaffung der Stadt Wien. Neben einem Kriterienkatalog für eine nachhaltige Beschaffung bietet das Programm auch Broschüren, Videos und Pressemeldungen als Überblick über die Aktivitäten und Erfolge. Ein Teil dieses Programms bildet das Pilotprojekt „Natürlich Gut Teller“. Der Kriterienkatalog für den Lebensmitteleinkauf besteht aus ökologischen Kriterien zur Beschaffung von Lebensmitteln, Studien und Positionspapieren.

Im Positionspapier Nachhaltiger Einkauf von Lebensmitteln und Speisen durch die Stadt Wien wurde zum Thema der regionalen Versorgung festgehalten:

2. Regionalität

In der aktuellen Diskussion über Nachhaltigkeit in der Ernährung wird die regionale Herkunft von Lebensmitteln als besonders vorteilhaft eingestuft, meist in Zusammenhang mit Klimaschutz aufgrund des kleineren „CO₂-Rucksacks“ (d. h. geringere Treibhausgas-Emissionen) durch kürzere Transportwege. So verursachen z. B. Tomaten aus Italien um 66 % mehr CO₂-äquivalente Emissionen als Paradeiser aus Österreich. Dies gilt für Lebensmittel sowohl aus konventioneller als auch aus biologischer Produktion. Für Bio-Produkte sind freilich deren weitere ökologische und gesundheitliche Vorteile zu beachten (s.o.).

Die Definition von Regionalität ist nicht eindeutig. Wesentliche Vorteile regionaler Lebensmittel sind die Frische und das Einsparpotenzial klimarelevanter Emissionen durch kurze Transportdistanzen. Die Erhaltung bäuerlicher Strukturen und Lebensgrundlagen und damit der Kulturlandschaft in der jeweiligen Region ist ein weiterer Punkt, der für den Einkauf regionaler und biologischer Lebensmittel spricht. Aus pragmatischen Grün-

den wird „regional“ in Analogie zu den ÖkoEvent-Richtlinien und der Umweltzeichen Richtlinie Green Meetings & Green Events als bis zu ca. 150 km vom Verbrauchsort entfernt eingestuft. So können für Wien Transportwege auch in benachbarte Bundesländer oder in grenznahe Gebiete der Nachbarländer reichen.

Die zunehmende Verarbeitung von Lebensmitteln, die höhere Spezialisierung in den einzelnen Betrieben sowie die Konzentration bestimmter Verarbeitungsbetriebe (Molkereien etc.) führen zu vermehrten Zwischen-Transporten und längeren Transportwegen. Pauschale Aussagen zur Klima- und Umweltrelevanz regionaler Produkte sind schwierig. Zum Beispiel ist der Transport kleiner Gütermengen mit einem Klein-Lkw wenig effizient. Aufgrund der kürzeren Transportwege haben regionale Lebensmittel aber dennoch das Potenzial, Energieverbrauch und damit Treibhausgas-Emissionen zu vermeiden. Effiziente Vermarktungsstrukturen und erhöhte Nachfrage können hier unterstützend wirken, dabei sind die Saisonalität und effiziente Transporte zu beachten. Der Lebensmitteltransport mit dem Flugzeug belastet das Klima am stärksten und ist daher zu vermeiden.

Hinweis: Die Lagerung von Kartoffeln, Äpfeln usw. über den Winter kann sehr energieintensiv sein. Deswegen sind die Kriterien „regional“ und „saisonal“ (s.u.) gegebenenfalls gegeneinander abzuwägen.

1.3.1.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Die Erfahrungen aus dem Programm "ÖkoKauf Wien" im Bereich Lebensmittel bei der öffentlichen Beschaffung, z.B. mit welchen Spezifikationen in Ausschreibungstexten regionale Produkte sichergestellt werden können und insbesondere auch aus dem Pilotprojekt „Natürlich Gut Teller“, konkret: Kriterien, Materialien, Pilotprojekt, könnten aufgrund der vergleichbaren Verhältnisse (große Ballungsräume) auch für das Projekt SFGG von Interesse sein.

Die Frage einer verstärkten Kooperation konnte in Interviews im gegenständlichen Projekt bereits angesprochen werden.

1.3.1.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<https://www.wien.gv.at/umweltschutz/oekokauf/>

<https://www.wien.gv.at/umweltschutz/oekokauf/natuerlich-gut-teller.html>

<https://www.wien.gv.at/umweltschutz/oekokauf/ergebnisse.html#lebensmittel>

1.3.2 Projekt „Allianz GK - Möglichkeiten der Vernetzung landwirtschaftlicher Produzenten und Großküchen der Stadt Wien“

1.3.2.1 Ausgangslage

Das Ziel war es, die Machbarkeit einer direkten Vernetzung zwischen landwirtschaftlichen (Bio-) Produzenten aus der Region und Großküchen der Stadt Wien insbesondere hinsichtlich qualitätsmäßig einwandfreier, aber aufgrund Form und Größe nicht im Großhandel verkaufter Ware aufzuzeigen.

1.3.2.2 Lösungen, Erfolge

Die jeweils 7 mengenmäßig wichtigsten in Österreich produzierten Gemüse- und Obstarten wurden identifiziert (Gemüse: Kartoffeln, Zwiebeln und Porree, Karotten, Tomaten, Gurken, Paprika, Kraut; Obst: Apfel, Birnen, Zwetschgen/Pflaumen, sonstige Beeren,

Erdbeeren, Kirschen/Weichseln, Marillen). Ihre wichtigsten Anbaugebiete in Österreich befinden sich alle in der für die Stadt Wien definierten Region. Das Angebot an diesen mengenmäßig wichtigsten Gemüse- und Obstarten, die aus ästhetischen Gründen nicht verkauft werden können, liegt zwischen 1 % und 23 % der Produktion. Die Nachfrage einer durchschnittlichen Großküche in Wien für dieselben Gemüsearten liegt bei 0,02 % - 0,14 % und bei den Obstarten bei 0,02 % - 0,26 % der theoretisch verfügbaren Mengen. Somit könnten eine Mehrzahl der Großküchen in Wien regional beliefert werden. Mittels Befragungen konnten auch die Hemmnisse und Vorteile für ProduzentInnen und Großküchen für eine Direktvermarktung eruiert werden:

1.3.2.3 Hemmnisse für die Großküchen:

- Zuverlässigkeit der Lieferungen und Qualität der Lebensmittel
- Zu kleine Mengen (Mehraufwand und zu hoher Preis)
- Fehlende Vorverarbeitung (Mehraufwand in der Küche)
- Zu hoher Preis
- Vorliebe und Wünsche der Gäste
- Notwendige Flexibilität bei der Speiseplanausarbeitung hinsichtlich der Saisonalität
- Geringere Produktpalette

1.3.2.4 Hemmnisse für die Produzenten:

- Qualitätsansprüche der Küchen, evtl. Bedarf an teuren Zertifizierungen
- Zu niedrige Absatzpreise
- Vorverarbeitung, Kühlung und Lagerung der Produkte (hohe Investitionen)

Die eigenen Befragungen regionaler landwirtschaftlicher Produzenten (10 Unternehmen, einschl. Genossenschaften mehrerer angeschlossener Betriebe) und ausgewählter Wiener Großküchen ergeben folgende Voraussetzungen für eine erfolgreiche Direktvernetzung zwischen regionalen Produzenten und Wiener Großküchen:

1.3.2.5 Wichtigste Voraussetzungen aus Sicht der Großküchen

- Beachtung der Hygienestandards und etwaiger rechtlicher Rahmenbedingungen
- Vorsortierung und -verarbeitung des Obsts und Gemüses, Lieferung in großen Gebinden
- eine einfache Geschäftsbeziehung bzw. Lieferung durch eine Erzeugergemeinschaft
- Ein abgestimmter Zeitrahmen flexible und zuverlässige Lieferung unter Berücksichtigung der jeweiligen Vorlaufzeit der Großküche
- Eine übersichtliche Plattform kann wesentlich bei der Kontaktaufnahme helfen und ermöglicht eine rasche Information über die Angebote

1.3.2.6 Wichtigste Voraussetzungen aus Sicht der landwirtschaftlichen Produzenten

- Ein fairer Abnahmepreis
- Keine Zustellung von kleinen Mengen. (oder Abrechnung nach Aufwand)

1.3.2.7 Maßnahmen zur Direktvernetzung Produzent - Großküche

Aufgrund der untersuchten Best-Practice-Beispiele in Wien, Österreich und Deutschland können folgende Maßnahmen zur Direktvernetzung von Großküchen und Produzenten empfohlen werden:

- Die wichtigste Maßnahme ist die Kommunikation zwischen Großküche und Direktvermarkter, sodass die gegenseitigen Anforderungen bekannt werden, und somit Lösungswege gefunden werden können
- Zusammenschluss der Produzenten mit Vorverarbeitungsbetrieben (nachgewiesener Erfolg z.B. zwischen Tierzüchter und Metzgerei)
- Zusammenschluss kleinerer Produzenten, sodass die von der Großküche benötigten Mengen bereitgestellt werden können
- Beratungen und Bildungsmaßnahmen für Produzenten (Marketingstrategien) und Großküchen (flexible Speiseplanung, Ausrichtung nach saisonalen Produkten)
- Bündelung regionaler Initiativen, z.B. für die Nutzung regionaler landwirtschaftlicher Erzeugnisse, für den Einsatz von regionalen (und saisonalen) (Bio) Lebensmitteln in den Großküchen
- Eine Alternative ist die Herstellung haltbargemachter Lebensmittel (z.B. Apfelmus, Tomatenmark oder Pesto). Dieses Vorgehen ist auch eine Verwertungsoption vor allem auch für nicht lagerfähige Ware

1.3.2.8 Vorteile der Direktvernetzung

Die Vorteile, welche eine Direktvermarktung für die Stadt Wien und konkret für das Programm „ÖkoKauf“ bringen würde, sind signifikant:

- Verstärkte Nahversorgung mit Gemüse und Obst und somit weniger CO₂-Emissionen durch minimierte Transportwege
- Substitution ausländischer Lebensmittel durch inländische (regionale) Lebensmittel
- Erhöhung der regionalen Wertschöpfung
- Vermeidung der Vernichtung von genießbaren Lebensmitteln
- Erhöhung der Versorgungssicherheit durch mehr Selbständigkeit.

Dieser Ansatz bezieht sich nicht nur auf eine direkte Kooperation zwischen den regionalen landwirtschaftlichen Produzenten und Wiener Großküchen, sondern könnte auch zur Erhöhung des Selbstversorgungsgrads der Stadt Wien beitragen (derzeit 37,5 % für Gemüse und 1,1 % für Obst): in der definierten Region besteht ein enormes Potenzial, die Stadt Wien mit Gemüse und Obst zu beliefern, verglichen mit den von der Stadt Wien vorgeschlagenen Maßnahmen (Nutzung der öffentlichen Grünflächen, Dachflächen und Abstandsgrünflächen, Obstbäume statt Stadtbäume). Dieses Potenzial kann zusätzlich zur möglichen Abnahme durch Großküchen mittels Märkte für zu kleines/großes, jedoch gesundes Gemüse und Obst ausgeschöpft werden.

1.3.2.9 Kurzbeschreibung

Das Projekt „Allianz GK - Möglichkeiten der Vernetzung landwirtschaftlicher Produzenten und Großküchen der Stadt Wien“ wurde im Auftrag von ÖkoKauf Wien von der Ressourcen Management Agentur (RMA) im Jahr 2016 durchgeführt. Für die Stadt Wien wurde die Region als „Wien, Niederösterreich, Oberösterreich, Burgenland und Steiermark“ festgelegt. Die jeweils 7 mengenmäßig wichtigsten in Österreich produzierten Gemüse- und Obstsorten wurden identifiziert (Gemüse: Kartoffeln, Zwiebeln und Porree, Karotten, Tomaten, Gurken, Paprika, Kraut; Obst: Äpfel, Birnen, Zwetschgen/Pflaumen, sonstige Beeren, Erdbeeren, Kirschen/Weichseln, Marillen). Ihre wichtigsten Anbauggebiete in Öster-

reich befinden sich alle in der definierten Region. Parallel dazu wurden mittels Befragungen regionaler Produzenten und Wiener Großküchen auch die Hemmnisse seitens der Produzenten und der Großküchen für eine Direktvermarktung identifiziert.

1.3.2.10 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Die gewonnenen Erkenntnisse hinsichtlich der Verfügbarkeit regionaler landwirtschaftlicher Produkte, welche aufgrund ihrer Größe und Form nicht für den Großhandel in Frage kommen, können nützliche Analogien und Ansatzpunkte für den Ballungsraum Graz anbieten. Zusätzlich können die Erfahrungen hinsichtlich Hemmungen und Vorteile bei einer Direktvernetzung zwischen Landwirtschaft und Großküche konkret bei dieser Fragestellung (Form und Größe der Lebensmittel) den Übergang zu einem erhöhten Selbstversorgungsgrad für die Stadt Graz und ihre Umgebung unterstützen.

1.3.2.11 Unterlagen, Quellen, Verweise

[Daxbeck et al., 2016]

1.3.3 Studie „Nachhaltige Lebensmittelversorgung für die Gemeinschaftsverpflegung der Stadt Wien“

1.3.3.1 Ausgangslage

Das Selbstversorgungspotenzial von Wien, Niederösterreich und derer Umgebung (Umkreis von 0 bis 50 km bzw. im erweiterten Umfeld bis 100 km) wird untersucht und mit jenem anderer Großstädte in Großbritannien, den USA und Asien verglichen. Untersucht werden auch die natürlichen Faktoren für die Produktion von konventionellen und ökologischen Lebensmitteln in Österreich.

1.3.3.2 Lösungen, Erfolge

Bezüglich der Direktvermarktung landwirtschaftlicher Produkte an Großküchen bringt die Studie folgende Erkenntnisse:

Hemmnisse für Großküchen für Direktabnahme regionaler konventioneller und ökologischer Produkte:

- Zu hohe Preise, insbesondere für ökologische Lebensmittel
- Geflügel: aus hygienischen Gründen soll das Fleisch vorgekocht sein
- Da Putz(Schmutz-)räume in den Großküchen häufig fehlen, muss das Gemüse gewaschen, geschält und oft auch geschnitten geliefert werden
- Aus Kostengründen wird importiertes Tiefkühlgemüse oft bevorzugt
- Es ist möglich, strenge Ausschreibungskriterien anzuwenden, jedoch würden dann die landwirtschaftlichen Produzenten selbst als Bewerber ausfallen
- Entscheidend bleibt der Preis, da die Großküchen Einsparungen tätigen sollen (steigende Lebensmittelpreise bei gleichbleibenden Tagessätzen in der Gemeinschaftsverpflegung). Dabei erweisen sich die Einsparungen nur beim Fleischanteil und den ökologischen Produkten als möglich.
- Mangel an mittelgroßen Verarbeitern in Österreich von (ökologischen) Produkten

Hemmnisse für die regionalen Produzenten:

- Sehr geringe Abnahmesicherheit für KMU-Produzenten durch Rahmenverträge mit Preisgarantie
- Die Produzenten können nicht so große Mengen selbst liefern, wie von den Großküchen erwünscht.

1.3.3.3 Kurzbeschreibung

Die Studie „Nachhaltige Lebensmittelversorgung für die Gemeinschaftsverpflegung der Stadt Wien“ wurde im Auftrag der MA22 von „Bioforschung Austria“ im Zeitraum 2015-2016 durchgeführt.

1.3.3.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Die notwendigen Rahmenbedingungen für die Selbstversorgung eines Ballungszentrums mit Lebensmitteln aus der Region sowie die Hemmnisse dafür bieten eine Basisgrundlage für weitere Entscheidungen der Stadt Graz.

1.3.3.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

[Schlatzer et al., 2016]

1.3.4 Studie „Regionale Lebensmittelpfade am Beispiel der Stadt Wien für die Produktgruppe Gemüse (Projekt SUM-FOOD)“

1.3.4.1 Ausgangslage

Ziel der Untersuchung waren die Wechselwirkungen zwischen Städten (Beispiel Wien und Umgebung) und ihrem Umland für die regionale Lebensmittelversorgung am Beispiel der Warengruppe Gemüse sowie die Möglichkeiten zu ihrer Optimierung im Dialog mit regionalen Stakeholdern.

1.3.4.2 Lösungen, Erfolge

Der Bedarf der der Stadt und Umgebung kann durch die Ernteerträge an Gemüse in Wien und Umland gedeckt werden. Es besteht sogar eine Überproduktion von 80.000 t Gemüse jährlich, da nur etwa ein Drittel der Erwachsene und weniger als die Hälfte der Kinder die ernährungswissenschaftlich empfohlenen Gemüsemengen konsumieren. Ausgehend jedoch von den Ernährungsempfehlungen für Gemüse sowie der Bevölkerungsentwicklung, würde eine jährliche Unterversorgung von etwa 20.000 t Gemüse bestehen.

Aus derzeitiger Sicht besteht eine Unterversorgung in der untersuchten Region für Champignons und Pilze, Gurken (Cornichons oder Einlegegurken), Karfiol, Kohl, China-kohl und andere Kohllarten, Melonen, Paprika und Pfefferoni, Tomaten, Rote Rüben, Salat und Zucchini. Eine Überschussproduktion ist für Erbsen (Grünerbsen), Salatgurken, Karotten, Kraut (weiß und rot), Sellerie, Spargel, Spinat und Zwiebel gegeben. Diese Gemüsesorten sind exportierbar.

Eine große Nachfrage nach regionalen Lebensmitteln wurde auch in den 3 „Lebensmittelpfade“ (Außer-Haus-Verpflegung, Lebensmitteleinzelhandel, Direktvermarktung) identifiziert. Bei Zwiebeln und Kartoffeln ist eine Selbstversorgung vorhanden. Ein Interesse an verarbeiteten Gemüseprodukten ist ebenfalls gegeben. Der Bedarf an Gemüse außerhalb der Saison betrifft hauptsächlich Tomaten, diverse Salatsorten und Kohlgemüse, Gurken;

als Tiefkühlware zusätzlich: Zucchini, Karfiol, Lauch, Petersilienwurzeln, und als verarbeitete Produkte: Tomatenmark, Zwiebelwürfel.

1.3.4.3 Kurzbeschreibung

Die Studie „Regionale Lebensmittelpfade am Beispiel der Stadt Wien für die Produktgruppe Gemüse (Projekt SUM-FOOD)“ wurde als Pilotprojekt im Auftrag der Landwirtschaftskammer Wien, der Landwirtschaftskammer NÖ, des Amtes der NÖ Landesregierung, der LF – Gruppe Land- und Forstwirtschaft sowie der Wiener Umweltschutzabteilung – MA22 von der Umweltbundesamt GmbH durchgeführt. In einem ersten Schritt wurde der benötigte Bedarf an Gemüse für ein Ballungszentrum am Beispiel von Wien und Umgebung ermittelt. Danach wurde analysiert, ob prinzipiell eine Selbstversorgung mit Gemüse möglich wäre, sowie für welche Gemüsesorten der Bedarf am höchsten ist.

Die Abgrenzung des Projekts SUM-FOOD zum Projekt Allianz GK (s. Kapitel Projekt „Allianz GK - Möglichkeiten der Vernetzung landwirtschaftlicher Produzenten und Großküchen der Stadt Wien“) besteht in den folgenden Aspekten:

- Allianz GK: Selbstversorgung der Stadt Wien mit Obst und Gemüse; Direktvermarktung von zu großen/zu kleinen regionalen Feldfrüchten in den Großküchen der Gemeinschaftsverpflegung; der Stadt Wien; Hemmnisse und Nutzen der Direktvermarktung.
- SUM-FOOD: Selbstversorgung der Stadt Wien und sein Umland mit Gemüse; Berücksichtigung der Außer-Haus-Verpflegung, des Lebensmitteleinzelhandels, der Direktvermarktung; Stakeholderdialog.

1.3.4.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Zu den bereits bekannten Hemmnissen (Preise, Sortiment) für einen verbesserten Selbstversorgungsgrad wurden auch die fehlende Akzeptanz von Wintergemüse, nicht transparente Herkunftsbezeichnung, benötigte Information für saisonal verfügbares Gemüse, notwendige Aufwertung der regionalen Produktion identifiziert.

Der Vergleich der Methodiken der Projekte SUM-FOOD und SFGG lässt wesentliche Erkenntnisse für die Finalisierung von SFGG erwarten.

1.3.4.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

[Bettina Schwarzl & Weiß, 2017]

1.3.5 Studie „Einstellung und Einkaufsverhalten städtischer KonsumentInnen bezogen auf regionale Lebensmittel und Regionalinitiativen“

1.3.5.1 Ausgangslage

Untersuchung der Einstellung und des Einkaufsverhaltens der KonsumentInnen in Wien hinsichtlich regionaler Lebensmittel sowie die Einflussfaktoren dafür.

1.3.5.2 Lösungen, Erfolge

Befragt wurden 428 Personen (55 % Frauen, 45 % Männer).

Die Altersverteilung war, wie folgt: rund ¼ gehört jeweils zur Altersgruppe 18–29 Jahre, 30–44 Jahre, 45–59 Jahre und 60 Jahre und älter). Die Befragten verfügen über ein hohes Bildungsniveau. Die Ergebnisse zeigen, dass eine Mehrpreisbereitschaft vorhanden ist. Zudem spielen Geschlecht, Ausbildungsniveau und die Wahl der Einkaufsstätte, statistisch betrachtet, ebenfalls eine Rolle für die bevorzugte Wahl regionaler Lebensmittel. Am wichtigsten ist für die KonsumentInnen die regionale Herkunft bei den Produktgruppen Gemüse, Fleisch und Obst. Insgesamt werden regionale Produkte von 62 % der Befragten einmal bis mehrmals die Woche bewusst bevorzugt, auch wenn die Wahrnehmung von „Regionalität“ stark variieren kann.

42,8 % verstehen unter „regional“ ein Produkt aus Österreich. Rund 40 % geben zusätzlich als Kriterium dafür das Bundesland an, etwa 14 % den Bezirk. Ort, Gemeinde und EU mit jeweils unter 2 % sind mit einer untergeordneten Rolle einzustufen. Die Distanz zwischen Verkaufs- und Produktionsort als Grenzwert für Regionalität wird von etwa 6 % der Befragten als 25 km angegeben. Für rund 21 % sind dies 50 km, 29 % - als 100 km. Für rund 17 % liegt die Maximaldistanz bei 150 km, für 16 % sind sogar 200 km noch zulässig. Etwa 11 % erlauben dafür eine Entfernung von über 200 km.

Das Angebot an regionalen Lebensmittel im Supermarkt wird von etwa 61 % als ausreichend, rund 27 % als nicht ausreichend eingestuft. Bei der Wahlmöglichkeit zwischen regionalen und nicht regionalen Produkten entscheiden sich rund 91 % für regionale Lebensmittel bei gleichem Preis. Etwa 30 % sind bereit, für regionale Artikel bis zu 10 % mehr zu zahlen, rund 22 - bis zu 5 % mehr.

Je höher der Bildungsgrad, umso häufiger werden regionale Produkte aufgesucht. Frauen kaufen öfter regionale Produkte. KonsumentInnen, welche bevorzugt im klassischen Lebensmitteleinzelhandel einkaufen, kaufen häufiger regionale Lebensmittel als jene, die im Discounter einkaufen.

Als Gründe für die Wahl regionaler Produkte wurden die Unterstützung der regionalen Wirtschaft und Arbeitsplatzsicherung, aber auch die generell bessere Qualität im Sinne von Vertrauenswürdigkeit, Hochwertigkeit, besserem Geschmack sowie der Mangel an genetischen Manipulationen identifiziert.

Für eine verstärkte Wahl regionaler Produkte bieten die AutorInnen als Empfehlungen an, zukünftig zu untersuchen, ob ein emotionaler Hintergrund dabei auch eine Rolle spielt, sowie die Entwicklung angepasster Marketingstrategien.

1.3.5.3 Kurzbeschreibung

Die Studie „Einstellung und Einkaufsverhalten städtischer KonsumentInnen bezogen auf regionale Lebensmittel und Regionalinitiativen“ wurde in Wien durchgeführt.

1.3.5.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Die Erkenntnisse dieser Studie über die Verhaltensmotivation der KonsumentInnen in einer Großstadt (Wien) hinsichtlich der Verwendung regionaler Lebensmittel und gegenüber Regionalinitiativen liefert eine verwertbare Basis für die Gestaltung von bewusstseinsbildenden Maßnahmen. Außerdem stellte sich heraus dass insbesondere Alter, Einkommen und Bildungsgrad eine Rolle beim regionalen Einkauf spielen.

1.3.5.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

[STROBEL et al., 2014]

1.3.6 Milan Urban Food Policy Pact – Nachhaltige Ernährung für Wien

1.3.6.1 Ausgangslage

Immer mehr Leute wohnen in Städten und bestimmen mit ihrem Ernährungsstil (viel Fleisch oder vegetarisch, vor allem Bio und regional et cetera) die landwirtschaftliche Entwicklung sowie die damit verbundenen Umweltauswirkungen zu einem wesentlichen Teil mit. Trotzdem wurde die Versorgung von Städten bislang hauptsächlich dem freien Markt überlassen – Ernährungsstrategien wollen das ändern.

Mit einer *Ernährungsstrategie* entwickeln Städte eine Vision für mehr Nachhaltigkeit der Ernährung und planen konkrete Schritte für die Umsetzung. Nachhaltige Ernährung kann die ökonomische, soziale und ökologische Dimension von Nachhaltigkeit zusammenführen und Gerechtigkeit und Gesundheit in der Stadt fördern. Ernährungsstrategien liefern einen umfassenden Blick auf alles, was Stadtregierungen im Hinblick auf eine nachhaltige Ernährung leisten können und sorgen dafür, dass die Thematik der „nachhaltigen Ernährung“ inkl. der Versorgung mit regionalen Produkten in der gesamtstädtischen Entwicklung mitbedacht bzw. mitgeplant wird. Typisch für eine Ernährungsstrategie ist, dass sie nicht nur fragt, wie die Stadt das Ernährungssystem verbessern kann, sondern das auch gefragt wird, was das Ernährungssystem zur Entwicklung der Stadt beitragen kann.

Viele Weltstädte haben Ernährungsstrategien. In Nordamerika gehören sie schon fast zu einem Standardinstrument kommunaler Entwicklung, in Großbritannien und anderen europäischen Ländern werden sie gerade als Instrument entdeckt.

1.3.6.2 Lösungen, Erfolge

Als Vorläufer für eine ausführliche Ernährungsstrategie haben sich eine Reihe von Städten – darunter auch die Stadt Wien – Ernährungscharten gegeben. Mit der Unterzeichnung des Milan Urban Food Policy Pacts (Milano, 2015) im Jahr 2015 wurde Ernährung vielerorts definitiv in die urbane Planungsagenda aufgenommen. Es handelt sich um das Bekenntnis zur Entwicklung eines nachhaltigen kommunalen Ernährungssystems. Dabei wird sowohl auf ökologische als auch soziale und ökonomische Belange Bedacht genommen. Rund 130 Städte haben das Abkommen unterschrieben, das unter anderem von WHO, den Vereinten Nationen und der Europäischen Kommission unterstützt wird.

1.3.6.3 Kurzbeschreibung

[Mailänder Abkommen über städtische Ernährungspolitik](#) (Milan Urban Food Policy Pact)

1.3.6.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Mit der Unterzeichnung des internationalen „Milan Urban Food Policy Pact“ könnte Graz deutlich machen, dass es einen Prozess starten möchte in Richtung eines nachhaltigen kommunalen Ernährungssystems, das sowohl auf ökologische als auch soziale und ökonomische Belange Bedacht nimmt. Wie in anderen Städten auch, könnte Graz in weiterer Folge – idealerweise in einem Stakeholderprozess mit Politik und Verwaltung, zivilgesellschaftlichen Organisationen, Unternehmen und Bürger/innen – eine Ernährungsstrategie erarbeiten. Die Stadt Wien hat sich mit Unterzeichnung der Charta auch dazu bekannt, „weitere Städte darin zu bestärken, sich an ihren ernährungspolitischen Maßnahmen zu beteiligen“ (Punkt 7 des Abkommens). Damit kann eine Kooperation Wien – Graz und eine Unterzeichnung durch Graz gut argumentiert werden.

1.3.6.5 Unterlagen, Quellen, Verweise:

<https://www.wien.gv.at/umweltschutz/nachhaltigkeit/lebensmittel-nachhaltig.html>

<http://www.milanurbanfoodpolicypact.org/>

1.3.6.5.1 Zusammenfassungen zu städtischen Ernährungsstrategien:

http://www.foodlinkscommunity.net/fileadmin/documents_organicresearch/foodlinks/publications/foodlink-Staedtische-Ernaehrungsstrategien-Zusammenfassung.pdf

<http://speiseraeume.de/faq-was-sind-ernaehrungsstrategien/>

1.3.7 Natürlich gut Teller

1.3.7.1 Problemstellung

Die Höhe der CO₂-Emissionen von Großküchen ist abhängig von der Produktionsart, Saison und Herkunft der hier verarbeiteten Lebensmittel. Durch die Verwendung von Bio-Lebensmitteln, regionalen Produkten und die Reduktion von Fleisch und Fisch kann der Ausstoß von Treibhausgasen deutlich verringert werden.

1.3.7.2 Lösungen/Erfolge

"die umweltberatung" kennzeichnet in Gemeinschaftsküchen und bei Caterings umweltfreundliche, nachhaltige und gesunde Speisen mit dem "natürlich gut Teller". Sie erarbeitet dafür die Kriterien, durchforstet die Speisepläne und schult das Personal der Pilotheuser.

1.3.7.3 Kurzbeschreibung

Bei einem Pilotprojekt der Stadt Wien, dem "natürlich gut Teller", werden Speisen gekennzeichnet, die sich durch ihre besondere Umweltfreundlichkeit auszeichnen. Das Projekt wird im Auftrag der "ÖkoKauf Wien", Arbeitsgruppe "Lebensmittel", durchgeführt.

Den „natürlich gut Teller“ gibt es bereits in den teilnehmenden Pilothäusern:

- Wiener Krankenanstaltenverbund: Krankenhaus Hietzing mit Neurologischem Zentrum Rosenhügel,
- Kuratorium Wiener Pensionistenhäuser: Haus Schmelz, Haus Mariahilf
- Restaurantbetriebe der Ersten Bank

Mittlerweile gibt es in Wien schon zahlreiche Großküchen die den "*natürlich gut Teller*" anbieten!

Diese vier Kriterien muss ein "natürlich gut Teller" immer erfüllen:

- natürlich biologisch: Mindestens ein Teil des Gerichtes ist aus biologischer Landwirtschaft. Biolandwirte verzichten auf chemische Pestizide und Düngemittel.
- natürlich saisonal: Obst und Gemüse wird nur dann verwendet, wenn es bei uns Saison hat. Das spart CO₂ für lange Transporte und die Beheizung von Glashäusern.
- natürlich weniger Fleisch: Und wenn Fleisch auf den Teller kommt, dann aus biologischer Landwirtschaft, denn tiergerechte Haltung ist hier Pflicht.
- natürlich nachhaltiger Fisch: Wenn Fisch auf den Teller kommt, dann nur aus Österreich, Bio oder aus nachhaltiger Fischerei.

SOLL natürlich!

Zwei dieser Kriterien muss ein "natürlich gut Teller" zusätzlich erfüllen:

- natürlich pflanzlich
- natürlich regional
- natürlich fair
- natürlich selbst gekocht
- natürlich weniger Verpackung
- natürlich innovativ

Auch für Cateringbetriebe können Buffets nach den adaptierten "natuerlich gut Teller Kriterien" anbieten.

1.3.7.4 Bedeutung für Graz

Wiener Pilotprojekt mit guten Erfahrungen, könnte auch in Graz umgesetzt werden, Umweltberatung unterstützt gerne mit Know-How (vgl. Interview Knieli)

1.3.7.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<http://www.umweltberatung.at/ngt-das-projekt/projekt-natuerlich-gut-teller>

<http://www.umweltberatung.at/downloads/kriterien-natuerlich-gut-teller.pdf>

1.3.8 Smart Kitchen

1.3.8.1 Problemstellung

Rund 35.000 Tonnen Lebensmittelabfälle fallen pro Jahr in der Wiener Gastronomie an. Das hat eine Studie des Österreichischen Ökologie-Instituts im Auftrag der Wiener Umweltschutzabteilung (MA 22) ergeben. Neben der Belastung für die Umwelt kostet die Entsorgung dieser Abfälle Wiener Gastronomiebetriebe rund sieben Millionen Euro pro Jahr.

1.3.8.2 Lösungen, Erfolge

Mit dem neuen Beratungsangebot "SMART KITCHEN" im Rahmen des [ÖkoBusinessPlan Wien](#) sollen Strategien erarbeitet und Maßnahmen umgesetzt werden, um Lebensmittelabfälle zu reduzieren und gleichzeitig Betriebskosten zu sparen. Für den Start des Programms konnten namhafte Wiener Gastronomiebetriebe gewonnen werden.

In eintägigen Workshops mit max. 10 Teilnehmer/innen werden Tipps und Tricks zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen vermittelt.

smart KITCHEN richtet sich an...

- Geschäftsführung und Küchenpersonal aller Gastronomiebetriebe: z.B. Köch/innen, Lehrlinge, Küchenchef/innen in Restaurants, Kaffeehäusern, Gemeinschafts- und Großküchen.

smart KITCHEN vermittelt ...

in eintägigen Workshops wie Lebensmittelabfälle geschickt vermieden werden können. In einer Schauküche werden die Teilnehmer/innen in Theorie und Praxis geschult:

- Zahlen, Fakten und Mythen zum Thema Lebensmittelabfälle
- Tipps zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen und sinnvollen Abfalltrennung
- Praxisteil: Kochen ohne Reste – aus Produkten eines Marktkorbes werden verschiedene Gerichte gekocht und dabei nützliche Tricks verraten

1.3.8.3 Kurzbeschreibung

Gemeinsam mit den Verantwortlichen werden Maßnahmen erarbeitet, die auf die individuellen Bedürfnisse der Gastronomiebetriebe zugeschnitten sind. "Wir wollen alle Betroffenen einbinden, daher gibt es Workshops für die Leiter/innen und Küchenchef/innen der Betriebe sowie eigene Schulungen für das Küchenpersonal", beschreibt Philipp Hietler von pulswerk GmbH das Programm. Innovative Ideen sollen ebenso erarbeitet werden wie Schulungsunterlagen für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Da die Fluktuation in Gastronomiebetrieben zum Teil recht hoch ist, sollen entsprechende Leitfäden erstellt werden. Auch interaktive Elemente wie YouTube Videos kommen zum Einsatz, um das neue Wissen weiterzugeben und langfristig im Betrieb zu implementieren. Pulswerk GmbH setzt das Beratungsprogramm gemeinsam mit der Firma Envicient OG um.

1.3.8.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Ein wichtiger Ansatzpunkt für weniger Food Waste liegt in der Gastronomie. Projekte wie Smart Kitchen versuchen über Bewusstseinsbildung und konkrete Handlungsanleitungen Lebensmittelabfälle zu verringern. Gastronom/innen sowie Expert/innen aus der Abfallwirtschaft und Umweltschutz kochen und diskutieren gemeinsam zum Thema Lebensmittelverschwendung. Eine vergleichbare Herangehensweise könnte auch zum Thema „Einsatz regionaler Lebensmittel“ gewählt werden (1-tägige Workshops mit Beratung/Schulung für Gastronom/innen).

1.3.8.5 *Unterlagen, Quellen, Verweise*

Studie Lebensmittelabfälle in der Wiener Gastronomie inkl. Best-Practice Beispiele:

<https://www.wien.gv.at/kontakte/ma22/studien/pdf/lebensmittelabfaelle-gastronomie.pdf>

<http://www.smart-kitchen.at/>

<https://www.wien.gv.at/umwelt-klimaschutz/smart-kitchen.html>

1.3.9 *LGV-Frischgemüse Wien*

1.3.9.1 *Problemstellung*

Aufgrund der schlechten Versorgungs- und Absatzlage der Wiener Landwirtschaftsbetriebe in der Zwischenkriegszeit wurde 1930 die „Gemüseverkaufs-Genossenschaft von Wiener Gärtnern“ gegründet, der Vorgänger der heutigen LGV-Frischgemüse. Seit 1946 gibt es die Genossenschaft LGV-Frischgemüse, die die gemeinsame Vermarktung des Wiener Gemüses übernommen hat, und einheitliche Qualitätsstandards beim Frischgemüse garantiert.

1.3.9.2 *Lösungen/Erfolge*

Erzeugnisse der LGV werden an die Filialen der größten österreichischen Einzelhandelsunternehmen (REWE, Spar und Hofer) und an große Wiener Märkte geliefert.

Für alle 110 Zulieferer der LGV-Frischgemüse gelten gleiche Qualitätsanforderungen (umweltfreundliche Wirtschaftsweisen, laufende Schadstoffuntersuchungen und Kontrollen bei der Anlieferung an LGV etc.).

Die LGV-Frischgemüse verfügt über zwei große Betriebsstätten, die der Lagerung, Sortierung, Verpackung und Verladung des Gemüses dienen (Simmering 40.000 m² Lagergebäude, Raasdorf).

Seit Mai 2017 gibt es auch das „LGV-Gärtnerg'schäftl“.

1.3.9.3 *Kurzbeschreibung*

LGV-Frischgemüse ist eine Genossenschaft, die sich aus rund 110 Gärtnerfamilien aus Wien und Niederösterreich zusammensetzt und so in der heimischen Gemüsesaison die Österreicherinnen und Österreicher mit frischem Gemüse versorgt. Dies sind jährlich rund 52.000 t Gemüse, die in der Folge an die Filialen der größten österreichischen Einzelhandelsunternehmen REWE, Spar und Hofer aber auch an große Wiener Märkte (Naschmarkt, Rochusmarkt, Viktor-Adler-Markt). Eine Besonderheit: Wien könnte sich als einzige Stadt in Europa täglich selbst mit Frischgemüse aus der Region versorgen.

Via Crowdfunding hat sich die Erzeugergemeinschaft zuletzt 300.000 Euro Kapital für ein eigenes Geschäft im 4. Bezirk geholt. Dort stehen jetzt regionale und saisonale Spezialitäten von über 40 Partnern zur Auswahl. Damit realisiert die LGV-Frischgemüse ein bislang einzigartiges Shopkonzept in Wien. Im Gärtnerg'schäftl wollen die Landwirte neue Gemüse- und Convenienceprodukte den Kundinnen und Kunden präsentieren und deren Feedback einholen. Die Waren sind unverpackt, d.h. die Kund/innen des "LGV-Gärtnerg'schäftl's" können die Menge selbst bestimmen.

1.3.9.4 Bedeutung für Graz

Mit einer Erzeuger/innengemeinschaft wird eine kritische Größe erreicht, die auch für die großen Handelsketten interessant ist. Für den Handel wichtig sind auch die einheitlichen Qualitätsstandards. Wünschenswert wäre der Bio-Standard, welcher leider beim angeführten Beispiel der LGV (noch) nicht erreicht wird.

1.3.9.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<https://de.wikipedia.org/wiki/LGV-Frischgem%C3%BCse>

<https://kurier.at/genuss/lgv-wiener-gemuese-bauern-machen-eigenes-geschaeftauf/251.019.145>

<https://www.handelszeitung.at/handelszeitung/lgv-gaertnerschaeftl-140499>

1.3.10 Landwirtschaftsbetrieb der MA 49

1.3.11 Ausgangslage

Die Stadt Wien besitzt selbst einen der größten Landwirtschaftsbetriebe Österreichs. Rund 2.000 Hektar Ackerfläche und 60 Hektar Rebfläche werden insgesamt bewirtschaftet.

Die ursprünglichen Aufgaben des Landwirtschaftsbetriebes waren die nachhaltige Versorgung von Wiener Spitälern und Kinderheimen mit landwirtschaftlichen Produkten und die Gewährleistung einer unabhängigen Notversorgung der Wiener Bevölkerung in Krisenfällen. Heute ist der Landwirtschaftsbetrieb Teil der Abteilung [Forst- und Landwirtschaftsbetrieb](#) (MA 49) und nimmt neben der Lebensmittelproduktion auch flächenwirtschaftliche Aufgaben unter Berücksichtigung modernster ökologischer Grundsätze wahr.

1.3.11.1 Kurzbeschreibung

Mit rund 1.000 Hektar Biofläche im Bio-Zentrum Lobau ist der Landwirtschaftsbetrieb der Stadt Wien auch einer der größten heimischen Bio-Betriebe. Die landwirtschaftlichen Flächen der Stadtgüter Laxenburg und Lindenhof werden nach den Richtlinien des integrierten Pflanzenschutzes bewirtschaftet. Alle landwirtschaftlich geführten Betriebe der Stadt Wien beziehen Naturdünger aus der Biotonne. Pro Jahr werden circa 18.000 Tonnen Kompost der Abteilung Abfallwirtschaft, Straßenreinigung und Fuhrpark (MA 48) eingesetzt.

Der Landwirtschaftsbetrieb der MA 49 bewirtschaftet mit dem Bio-Zentrum Lobau rund 1.000 Hektar Biofläche. Seltene Sorten von Erdäpfeln, die von der MA 49 in Zusammenarbeit mit Slow Food Wien und der Arche Noah - Gesellschaft zur Erhaltung und Verbreitung der Kulturpflanzenvielfalt in Wien angebaut werden. Ab Hof-Verkauf von Erdäpfeln und Getreide nach telefonischer Vereinbarung. Es gibt auch ein Angebot an Selbsternteparzellen zur Pacht. In Zusammenarbeit zwischen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern der Bio Forschung Ausria und den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Landwirtschaftsbetriebes werden Fragen zum Biolandbau geklärt. Die Ergebnisse dieser Forschungen werden in die Praxis umgesetzt.

1.3.11.2 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Auch die Stadt selbst kann als Bewirtschafter ihrer Flächen auftreten und dabei ein Vorbild sein im Hinblick auf biologische Bewirtschaftung, Erhaltung und Verbesserung der Bodenfruchtbarkeit und lokaler Sortenvielfalt. Weiters Forschungsprojekte und Selbsternt-

te ermöglichen bzw. einen wichtigen Beitrag zur Sicherung der landwirtschaftlichen Flächen leisten.

1.3.11.3 *Unterlagen, Quellen, Verweise*

<https://www.wien.gv.at/kontakte/ma49/landwirtschaftsbetrieb.html>

<https://www.wien.gv.at/umwelt/wald/biolandbau.html>

1.3.12 *Freiluftsupermarkt*

1.3.12.1 *Problemstellung*

Wer nur im Supermarkt einkauft, weiß nicht mehr genau, woher Produkte kommen und wie viel Arbeit und Ressourcen in ihnen stecken. So verlieren wir den Bezug zu unseren Lebensmitteln, zu Pflanzen und Boden - die schnelle Mahlzeit und der Einkauf zwischen- durch bestimmen unseren Alltag.

1.3.12.2 *Lösungen, Erfolge*

Eine Naturerfahrung durch das Ernten im urbanen Alltag: Bei einem Pilotprojekt in Wien Liesing werden Lebensmittel von der Pflanze gepflückt, anstatt sie abgepackt aus dem Supermarktregal zu nehmen. Die Idee ist es, jenseits des urbanen Gärtnerns urbane Nahrungsmittelproduktion nahe an die Konsument/innen zu bringen. Die Besucher können selbst Gemüse ernten und nach freiem Ermessen Geld zurücklassen. Die Nahrungsmittelproduktion soll wieder zurück in die Stadt gebracht und ein Bewusstsein für die Produkte geschaffen werden.

Tendenziell bis zu 8 Grad wärmere innerstädtische Bereiche können attraktive Anbauflächen sein, umgekehrt wird dadurch das Stadtklima gemildert und ausgeglichen.

1.3.12.3 *Kurzbeschreibung*

Auf dem Gelände einer ehemaligen Sargfabrik im 23. Wiener Gemeindebezirk wurde ein öffentlich zugänglicher Gemüse- und Kräutergarten eingerichtet. Ein Zwischennutzungsprojekt, bei dem nicht nur die Pflanzen wachsen sollen, sondern auch der soziale Zusammenhalt, schließlich befindet sich eine Gasse weiter eine Flüchtlingsunterkunft, die im Vorfeld heftig diskutiert wurde. Der Freiluftsupermarkt bietet ein Feld, auf dem diese Konflikte am besten begraben werden. "Anbauen und Ernten ist eine natürliche, verbindende Tätigkeit", sagt Projektleiterin Grube, "dabei lernen wir vielleicht, dass wir alle Menschen sind." Der *Freiluftsupermarkt* ermöglicht eine befriedigende Beschäftigung, auch für jene, die nicht arbeiten dürfen.

Kundinnen und Kunden kommen vorbei, wählen Produkte aus – in diesem Fall Obst und Gemüse direkt von der Pflanze –, und pflücken die Menge, die sie benötigen. Die Ware wird abgewogen und abgerechnet und (derzeit noch) gegen freie Spende gebeten. Die Fläche von 20 mal 40 Metern – die den Initiatoren von einem Bauträger temporär zur Verfügung gestellt wurde – ist nicht groß genug, um den Bedarf im Einzugsgebiet zu decken. Ziel ist daher, eine Fläche zu finden, die langfristig bestehen bleibt, wo der Markt rund um die Uhr geöffnet ist; etwa in Stadtentwicklungsgebieten, wo ein Freiluftsupermarkt mit dem Wohnbauprojekt mitgedacht und geplant wird. - derstandard.at/2000021634959/Wien-Obst-und-Gemuese-im-Supermarkt-unter-freiem-Himmel

Finanziert wird das Projekt zu einem Drittel von der Wohnbaugenossenschaft Wien-Süd, die auf dem benachbarten Grundstück eine Anlage errichten wird. Neben der lokalen Agenda und dem Bezirk tragen auch weitere Sponsoren zum Gelingen bei. Ein weiterer Freiluftsupermarkt entstand in München im Stadtentwicklungsgebiet Freiham.

1.3.12.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Geeignet zur Zwischennutzung in Stadtentwicklungsgebieten oder langfristig im Zusammenhang mit neuen Wohnbauprojekten; fördert soziale Integration; schafft Bewusstsein für Lebensmittel.

Sie haben Interesse an einem Freiluftsupermarkt in Ihrer Stadt? Planungsbüro „Bauchplan“ <http://www.freiluftsupermarkt.de/kontakt.php>

1.3.12.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<https://kurier.at/wohnen/freiluftsupermarkt-in-wien/203.542.859>

<http://derstandard.at/2000021634959/Wien-Obst-und-Gemuese-im-Supermarkt-unter-freiem-Himmel>

<http://www.freiluftsupermarkt.at/>

http://www.agropolis-muenchen.de/index_de.html

1.3.13 Lunzers Maß-Greisslerei

1.3.13.1 Problemstellung

Wieso müssen Konsument/innen im Supermarkt lange Schleifen ziehen, nur damit sie dazu verführt werden, Produkte zu kaufen, die sie gar nicht wollten? Die häufigsten Gründe, warum Lebensmittel im Abfall landen, sind falsche Planung von Einkäufen und Mahlzeiten, spontane Genusseinkäufe und falsche Lagerung. Durchschnittlich wirft jeder Österreicher 40 Kilogramm Lebensmittel pro Jahr weg, was rund 300 Euro Verlust pro Haushalt entspricht. Dazu kommen Berge an Verpackungsmüll. Die Menge aller Verpackungen in Österreich aus Haushalten, Industrie und Gewerbe liegt laut statistischem Amt der EU bei rund 1,2 Millionen Tonnen pro Jahr.

1.3.13.2 Lösungen, Erfolge

Andrea Lunzer hinterfragte moderne Supermärkte und entwickelte das Konzept der Maß-Greißlerei im zweiten Wiener Gemeindebezirk. In dem kleinen Geschäft auf der Heustraße soll nichts unnötig gekauft werden, es gibt Behälter aus denen genau die gewünschte Menge an Körnern, Nüssen etc. entnommen werden kann eigene, mitgebrachte Verpackungen können verwendet werden. Alle Lebensmittel stammen aus biologischem Anbau. Besonderer Wert wird auf Regionalität und Saisonalität gelegt, daher wird ein persönlicher Kontakt zu den Lieferanten gepflegt. Lunzer kann sich vorstellen, weitere Standorte zu eröffnen.

1.3.13.3 Kurzbeschreibung

Alle Lebensmittel werden unverpackt und nach Maß angeboten (Papiersackerl werden allerdings schon angeboten, man kann Verpackung selbst mitbringen, oder Gläser im Laden kaufen). So wird unnötiger Verpackungsmüll vermieden. Zum Einkauf gibt es Informationen zur Herkunft des Produkts und Tipps zur besten Lagerung. Das persönliche Gespräch und der Verzicht auf Verpackungen bescheren der Maßgreisslerei viele Stammkund/innen auch aus anderen Bezirken Wiens.

1.3.13.4 Bedeutung für SFGG Projekt (Grazer Kontext und Ziele), Empfehlungen für Transfer

Das Konzept passt sehr gut in städtische Gebiete, und könnte sicherlich auch in Graz erfolgreich sein. Es schafft Bewusstsein und einfache Lösungen für die Food Waste Problematik.

1.3.13.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

derstandard.at/2000013252651/Der-Kunde-hat-nicht-immer-recht
<http://mass-greisslerei.at/>

1.4 Bundesland Oberösterreich

1.4.1 Die Genussbox des Lebensmittel-Clusters OÖ

1.4.1.1 Ausgangslage

Förderung der regionalen landwirtschaftlichen Produkte sowie der Wertschätzung und Wertschöpfung regionaler Lebensmittel aus Oberösterreich.

1.4.1.2 Lösungen, Erfolge

Die Initiative Genussbox des Landes OÖ, der WKOÖ und des Lebensmittel-Clusters OÖ promotiert seit 2006 regionale landwirtschaftliche Produkte sowie die Wertschätzung und Wertschöpfung regionaler Lebensmittel aus Oberösterreich in den folgenden Varianten: Pferd und Mensch Genussbox, Mühlviertler Genussbox, Mahlzeit Genussbox.

Weitere Variationen wurden zuerst als Geschenkideen geschaffen: das Sortiment der Salzkammergut Genussboxen 2007, Linz09 Genussboxen, die Mahlzeit Genussboxen anlässlich der OÖ Landesausstellung 2009, die Genussboxen Schloss Parz anlässlich der OÖ Landesausstellung 2010, die Ansfeldner Genussbox anlässlich der Landesgartenschau 2011, die Braunauer Genussbox anlässlich der Landesausstellung 2012 und die Genussbox Mühlviertel 2013 anlässlich der grenzüberschreitenden Landesausstellung in Bad Leonfelden, Freistadt, Český Krumlov (Krumau) und Vyšší Brod (Hohenfurth), „Alte Spuren - Neue Wege“ 2014, die Salzkammergut Genussboxen NEU anlässlich der Landesgartenschau 2015 "Des Kaisers neue Gärten".

1.4.1.3 Kurzbeschreibung

Der Lebensmittel-Cluster OÖ ist ein gemeinsames Projekt der WKO Oberösterreich und des Landes Oberösterreich und agiert als eine branchenübergreifende Schnittstelle und Ansprechpartner der Lebensmittelwirtschaft im Bundesland Oberösterreich. Seine Ziele umfassen:

- Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der LC-Partner
- Stärkung der oberösterreichischen Wirtschaftskraft
- Intensivierung der Beziehungen innerhalb der Lebensmittelbranche
- Projekte rund um die Themen Technologie, Qualifizierung und Organisation.

1.4.1.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Die innovative Idee der Genussbox könnte auch für die Stadt Graz eine interessante Alternative zur Förderung regionaler landwirtschaftlicher Produktion darstellen.

1.4.1.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<https://www.lebensmittelcluster.at/de/ueber-uns/ziele/>

<https://www.lebensmittelcluster.at/de/services/genussbox/>

1.4.2 Projekt „Kurzschluss“

1.4.2.1 Ausgangslage

In der Landwirtschaft können aufgrund z.B. optimaler Witterungsbedingungen plötzliche Überschüsse in Erntezeiten und damit zu niedrige Abnahmepreisen entstehen - besonders bei schnell verderblichen Lebensmitteln ist dies problematisch, da rasch Abnehmer gefunden werden müssen. Ziel des Projekts war es, landwirtschaftliche Produzenten mit Betrieben der Gemeinschaftsverpflegung in Oberösterreich zu vernetzen.

1.4.2.2 Lösungen, Erfolge

Die Datenerhebung (produzierte, verfügbare Lebensmittel sowie Bedarf der Großküchen) erfolgte mittels Befragungen der Produzenten und der Großküchen. Nach Analyse und Auswertung der Daten wurden konkrete Maßnahmen für eine gelungene Vernetzung zwischen Produzenten und Großküchen abgeleitet und auf Pilotebene (4 Betriebe) auch erfolgreich umgesetzt. Das Projekt erreichte eine hohe Akzeptanz seitens der zwei beteiligten Gruppen von Akteuren aus betriebswirtschaftlicher Sicht.

„Das Projekt hat gezeigt, dass eine direkte Vernetzung zwischen Großküchen und landwirtschaftlichen Produzenten in die Praxis umsetzbar ist. Produzenten erzielen im Vergleich zum Handel einen besseren Preis und haben einen sichereren Absatz aufgrund der großen und kontinuierlichen Absatzmengen. Den Großküchen wird der Bezug von 100 % regionalem und saisonalem Gemüse gewährleistet, die Preise sind teilweise geringer im Vergleich zum Großhandel. Ausländisches Gemüse wurde zu 100 % durch inländisches Gemüse ersetzt, womit sich der Anteil an regionalen und saisonalen Lebensmitteln erhöht. Frische und Qualität der Lebensmittel sowie das Wissen, wie und wo das Lebensmittel produziert wurde, spielen eine wachsende Rolle für die Großküchen. Die Produzenten schätzen den erzielten besseren Preis, die kontinuierlichen und großen Abnahmemengen sowie die unproblematische Zusammenarbeit mit Großküchen.“

1.4.2.3 Schlussfolgerungen

- Um merklich Produktionsüberschüsse reduzieren zu können, ist eine Vernetzung mit einer erhöhten Anzahl an Großküchen notwendig.
- Produktionsüberschüsse sollen aufgrund von Gemeinschaften und Kooperationen mit anderen Produzenten erst gar nicht entstehen. Mindermengen eines Betriebes könnten durch Übermengen eines anderen Betriebes kompensiert werden.
- Hilfreich wäre ein Informationsaustausch (z.B. Produzenten-Küchenleiter-Stammtische), eine Internet-Plattform für den Überblick über aktuelle Angebote sowie die Entwicklung eines gemeinsamen Logistiksystems im Zuge von Kooperationen
- Produzenten sollten durch Zusammenschlüsse oder Absprachen in der Produktion den Großküchen ein möglichst umfangreiches Sortiment anbieten können.
- Regelmäßiger Informationsaustausch zwischen Produzent und Großküche ist ein wichtiges Element für die Initiierung von Vernetzungsaktivitäten.

1.4.2.4 Handlungsempfehlungen

Für die Politik:

- Anreize schaffen zur Erhaltung von betriebseigenen Großküchen
- Erweiterung der Kriterien der "Gesunden Küche" um Aspekte der Nachhaltigkeit wie beispielsweise Regionalität, BIO-Qualität etc.

- Initiativen zur Bewusstseinsbildung zum Thema "Wert unserer Lebensmittel", sowie im Handel hinsichtlich der strengen Qualitätsvorgaben für Lebensmittel, fördern

Für die Produzenten:

- Verarbeitung bzw. Haltbarmachung von Übermengen am eigenen Betrieb
- Teilverarbeitete Lebensmittel verstärkt anbieten: Schälen, Schneiden, Garen etc.
- Verstärktes Bewerben von Wintergemüse sowie Erhöhung des Wintersortiments

Für die Großküchen:

- Bekenntnis zu regionalen Lebensmitteln im Küchenleitbild integrieren
- Aktiv bewusst einkaufen: unverarbeitete, regional und saisonale Lebensmittel"

1.4.2.5 Kurzbeschreibung

Das Projekt „Kurzschluss - Allianz zwischen landwirtschaftlichen Produzenten und Großküchen“ wurde im Auftrag des Amtes der Oberösterreichischen Landesregierung von der Ressourcen Management Agentur (RMA) im Jahr 2015 durchgeführt.

1.4.2.6 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Ernteüberschüsse sind besonders bei schnell verderblichen Lebensmitteln problematisch, da rasch Abnehmer gefunden werden müssen. Die Handlungsempfehlungen, generiert im zitierten Projekt, bieten Entscheidungsträgern eine richtungsweisende Basis für den nachhaltigen Umgang mit Lebensmitteln sowie für die Verstärkung der Direktvermarktung von regionalen Lebensmitteln.

1.4.2.7 Unterlagen, Quellen, Verweise

[Projekt Kurzschluss, <http://www.rma.at/node/1639>, Endbericht]

1.4.3 Initiativen von Genussland OÖ

1.4.3.1 Ausgangslage

Bewusstseinsbildung wirkt auf Dauer nur, wenn laufend maßgeschneiderte Informations- und Bildungsinitiativen umgesetzt werden.

1.4.3.2 Lösungen, Erfolge – regionale Spezifik

Genussland Oberösterreich setzt eine breite Palette an Initiativen zur Förderung der regionalen Lebensmittel. Als besonders innovativ werden hier zwei davon zitiert:

- der Kühlschrank-Check (Herbst 2016): in einer gemeinsamen Aktion von Life Radio, Genussland Oberösterreich und Bauernbund Oberösterreich wurde der Inhalt der Kühlschränke in Oberösterreich „kontrolliert“: Gewinner waren Haushalte mit den meisten Produkten aus Oberösterreich. Die Preise waren Frischekörbe der oberösterreichischen Land- und Lebensmittelwirtschaft.
- die Kinderproduktlinie „Regionales für kleine Genießer“ (Februar 2017): das eigens für Kinder entwickelte Genussland Kindersortiment mit etwa 80 neuen Pro-

dukten wurde von 24 ProduzentInnen aus Oberösterreich unterstützt. Ziel war es, Kindern möglichst früh den Zugang zu regionalen Lebensmitteln zu ermöglichen. Dabei wurde auf eine kindgerechte bzw. ansprechende Verpackung geachtet und auf eine Anpassung an den Bedürfnissen von Kindern (u.a. Süßwaren, Salzgebäck, Getränke, Tee, Gewürze, Teigwaren, Öle, Honig, Fruchtaufstriche).

1.4.3.3 Kurzbeschreibung

Mit der Dachmarke Genussland Oberösterreich wurde 2003 von LR Dr. Josef Stockinger eine Initiative zur Forcierung der Land- und Lebensmittelwirtschaft geschaffen, mit dem Ziel, die Qualität und gesellschaftliche Relevanz regionaler und saisonaler Lebensmittel hervorzuheben. Genussland Oberösterreich vernetzt Landwirtschaft, Lebensmittelverarbeitung, Tourismus, Gastronomie, Beherbergungsbetriebe und Lebensmittelhandel.

Die konkreten Ziele der Dachmarke orientieren sich an eine erhöhte Wertschöpfung für Gastronomie, Tourismus und ProduzentInnen; Sicherung von Arbeitsplätzen im Lebensmittelsektor; Ernährungsbewusstsein über den Mehrwert regionaler Produkte zu stärken; einen Beitrag zur Erhaltung der OÖ Kulturlandschaft zu leisten.

Die Dachmarke bezieht sich auf Produkte, Urlaubsorte, Veranstaltungen, Genussland-Wirte etc. Die Mitgliedschaft von Betrieben bzw. von LebensmittelproduzentInnen ist an strengen Kriterien geknüpft, wie z.B. Standort, Wertschöpfung in der Produktion mehrheitlich in OÖ, Teilnahme an Maßnahmen der Qualitätssicherung und Qualitätsentwicklung, Qualitäts-Kooperation mit Tourismusbetrieben und Tourismusorganisationen.

1.4.3.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Die zitierten Beispiele illustrieren einen innovativen und zudem an Alter gut angepassten Zugang zu Informations- und Bewusstseinsbildungsmaßnahmen, welcher unabhängig von der regionalen Spezifik angewandt werden kann.

1.4.3.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<http://www.bio-muh.at/neu/indexab2e.html?option=com...id..>

<http://www.genussland.at/detail/article/genussland-ooe-allgemein.html>

<http://www.max-hiegelsberger.at/kuehlschrank-check-stellt-oberoesterreichische-lebensmittel-in-den-fokus/>

<http://www.cash.at/archiv/genussland-oberoesterreich-launcht-kinderprodukte/>

1.4.4 GENUSS REGIONEN in Oberösterreich

1.4.4.1 Ausgangslage

s. Kapitel „Bestbieter- statt Billigstbieterprinzip für Lebensmittelausschreibungen in der Gemeinschaftsverpflegung

1.4.4.2 Ausgangslage

Regionale Lebensmittel sind klimaschonend und schaffen die Möglichkeit für einen hohen Selbstversorgungsgrad von urbanen Zentren, sie sind jedoch nicht immer die wirtschaftliche Option im Vergleich zu importierter Ware.

Lösungen, Erfolge

Dieses Problem wurde auf Bundesebene thematisiert und seit 2016 gilt bei öffentlichen Ausschreibungen von Fleisch, Milch, Butter, Eier, Gemüse und Obst bereits das Bestbieter- statt des Billigstbieterprinzips. *„Im neuen Arbeitsübereinkommen der Bundesregierung ist es gelungen, diesen Erfolg auf alle Lebensmittel auszuweiten. Derzeit ist der Gesetzesentwurf zur Vergaberechtsnovelle in Begutachtung und soll im Mai 2017 von der Regierung beschlossen werden.“* Derzeit (Juli 2017) ist der Gesetzesentwurf bereits vom Ministerrat beschlossen worden; der Parlamentsbeschluss ist noch ausständig.

1.4.4.3

1.4.4.4 Kurzbeschreibung

1.4.4.5 Ein höherer Einsatz regionaler Lebensmittel ist nicht nur klimaschonend, sondern unterstützt die regionale Wertschöpfung und ermöglicht einen höheren Selbstversorgungsgrad für Ballungszentren. Bewusstseinsbildende Maßnahmen sind eine wichtige Voraussetzung dafür, eine weitere ist das Bekenntnis von Bund und Ländern auf gesetzlicher Ebene dazu. Ein Beispiel dafür ist die Anforderung an öffentlichen Ausschreibungen für die Beschaffung von Lebensmitteln in der Gemeinschaftsverpflegung. Im Jahr 2016 wurde in diesem Bereich für Fleisch, Milch, Butter, Eier, Gemüse und Obst verpflichtend die Regionalität im Sinne eines Bestbieter- statt Billigstbieterprinzips eingeführt. In einem zweiten Schritt gilt es nun, die darin eingeschlossene Produktpalette zu erweitern.

Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Gesetzlich vorgeschriebene Regionalität beim Einkauf von Lebensmitteln in der Gemeinschaftsverpflegung im Sinne des Bestbieter- statt Billigstbieterprinzips ermöglicht die Stärkung der regionalen LandwirtInnen und somit einen auf Dauer höheren Selbstversorgungsgrad für Großstädte.

Unterlagen, Quellen, Verweise

<https://www.bmlfuw.gv.at/service/presse/land/2017/170220LARK.html>

Landesweite Initiative „GENUSS REGION ÖSTERREICH“.

1.5 Bundesland Niederösterreich

1.5.1 Lebensmittelkennzeichnung

1.5.1.1 Ausgangslage

Eine einfache und eindeutige Kennzeichnung von Lebensmitteln hilft den KonsumentInnen, regionale Lebensmittel beim Einkauf (z.B. in Supermärkten) schnell zu erkennen. Lt. Praxiserfahrungen kann dies die Bevorzugung der Letzteren entscheidend beeinflussen.

1.5.1.2 Lösungen, Erfolge

- Aktion „Gut zu wissen“ der Landwirtschaftskammer Niederösterreich im SeneCura Sozialzentrum Grafenwörth (ab Sommer 2016): mehr Transparenz bei der Herkunftskennzeichnung von regionalen Lebensmitteln soll als freiwilliges Pilotprojekt für Fleisch und Eiern in den Großküchen Niederösterreichs (Landhausküche, Pflegeheime, Kliniken, Landesschulen) umgesetzt werden. Die derzeitigen Werte sollen erhöht werden, z.B. zu 80 % der Fleischprodukte bei einem gleichzeitigen Bio-Anteil von 40 % - 80 %. Dies ist insbesondere relevant, da mehr als die Hälfte der täglichen Mahlzeiten in Niederösterreich in der Außer-Haus-Verpflegung stattfinden.
- niederösterreichische Breitbandstrategie (April 2017): diese bietet signifikante Chancen der Revitalisierung der Dörfer in NÖ. Dafür ist jedoch eine flächendeckende Versorgung notwendig: dies kann ausschließlich mittels regionaler Lebensmittelversorgung bzw. der Erhaltung und Förderung der LandwirtInnen erreicht werden.

1.5.1.3 Kurzbeschreibung

s. oben.

1.5.1.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Eine transparente und schnell zu erkennende Kennzeichnung regionaler Lebensmittel ist von Vorteil für die Motivation der KonsumentInnen, verstärkt regionale Erzeugnisse zu kaufen.

1.5.1.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

http://www.noel.gv.at/noel/121840_herkunftsbezeichnung.html

<https://noel.lko.at/nieder%C3%B6sterreich-startet-offensive-f%C3%BCr-herkunftskennzeichnung-von-lebensmitteln+2500+2431817>

<http://www.bauernzeitung.at/zukunftsthemen-fuer-die-heimische-bauernschaft/>

1.5.2 Mehr regionale Lebensmittel in Großküchen und Mensen

1.5.2.1 Ausgangslage

Auch in Niederösterreich besteht das Bestreben nach mehr Regionalität hinsichtlich der in den Großküchen eingesetzten Lebensmittel.

1.5.2.2 Lösungen, Erfolge

- Das Umweltgemeinde-Service in NÖ informiert über die Möglichkeiten, Großküchen auf Umweltfreundlichkeit umzustellen: mit mehr regionalen und Bioprodukten, saisonaler und Freilandware, einem optimierten Fleischanteil sowie frisch gekochten Speisen. Die Themen Energieeffizienz und Abfallvermeidung runden diesen Ansatz ab.
- Zu Sommersemesterbeginn 2016 fordern die Österreichische Hochschülerschaft und die Österreichische Jungbauernschaft einen vermehrten Einsatz von regionalen und saisonalen Lebensmitteln in den Mensen der österreichischen Universitäten. Beide Organisationen engagieren sich mit der Erarbeitung eines Maßnahmenplans, um dieses Vorhaben in die Umsetzung zu bringen. Mehr Details über die Maßnahmen zu dieser Initiative sind derzeit nicht bekannt.

1.5.2.3 Kurzbeschreibung

s. oben.

1.5.2.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Einfache, verständliche Anleitungen, wie mehr Regionalität in (Groß)küchen erreicht werden können, können nützlich für die Küchenleitung und die KöchInnen der Großküchen sein. Nach Bekanntgabe des Maßnahmenplans von der Österreichischen Hochschülerschaft und der Österreichischen Jungbauernschaft können auf das SFGG-Projekt abgestimmte Maßnahmen abgeleitet werden.

1.5.2.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<http://www.umweltgemeinde.at/nachhaltigkeit-in-gastronomie-und-grosskueche>
<https://www.topagrar.at/home/Mehr-regionale-Lebensmittel-an-Oesterreichs-Unis-gefordert-2826195.html>

1.5.3 Landspeis – Speisekammer ums Eck

1.5.3.1 Ausgangslage

In ländlichen Gegenden können sich Haushalte oft nur eingeschränkt mit Lebensmitteln versorgen.

1.5.3.2 Lösungen/Erfolge

Containershop = „Speisekammer“ als Alternative und Ergänzung zum Supermarkt, täglich, tw. 0-24 h geöffnet, soll Einkauf biologischer Lebensmittel erleichtern, aktuell an 4 Standorten im Weinviertel. Verkauft werden Produkte vom Biobetrieb Holzer und ausgewählten Partnerbetrieben; Kunden können verschiedene landwirtschaftliche Produkte an einem zentralen Ort kaufen, ohne mehrere Höfe anfahren zu müssen.

1.5.3.3 Kurzbeschreibung

Das Konzept von Gründer Robert Holzer beruht auf einem Selbstversorger-Modell. Kunden können die Verkaufsshops zu jeder Uhrzeit und an 365 Tagen im Jahr besuchen und sich mit Lebensmitteln versorgen. Damit das Angebot stimmt, werden die Shops drei Mal in der Woche mit regionalen Bio-Produkten beliefert. Die Ware soll so auf möglichst direktem Wege vom Bauern beim Konsumenten landen. Ein weiterer Vorteil: Kunden können verschiedene landwirtschaftliche Produkte an einem zentralen Ort kaufen, ohne mehrere Höfe anfahren zu müssen. Die Pop-up-Märkte sollen dort öffnen, wo der Bedarf am größten und das Angebot am kleinsten ist. Dadurch will Landspeis die Nahversorgung mit Lebensmitteln in infrastrukturell benachteiligten Regionen stärken.

Wie bei Blumenfeldern zum Selberpflücken vertraut Landspeis auf die ehrliche Selbstbedienung seiner Kunden. Das Konzept macht es auch für Menschen in abgelegeneren Regionen möglich, Lebensmittel rund um die Uhr zu beziehen.

Was waren die bislang größten Hürden? Am schwierigsten ist die Standortsuche. Viele Gemeinden haben Bedenken, dass ihre ansässigen Landwirte weniger verkaufen könnten. Tatsächlich versteht sich Landspeis aber nicht als Konkurrenz, sondern vielmehr als Chance für Bauern aus der Umgebung. Das Unternehmen ist darum bemüht, sein Sortiment aus Produkten lokaler Landwirte zusammenzustellen. Auf diesem Wege sollen auch sie ihren Absatz steigern.

1.5.3.4 Bedeutung für SFGG Graz

Die Landspeis ist zwar in erster Linie ein Modell für ländliche Regionen, zeigt aber sehr schön auf, dass es funktionierende Alternativen zu den herkömmlichen Verkaufsmodellen gibt. Einkaufen rund um die Uhr ist nicht nur im Webshop möglich.

1.5.3.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<http://www.landspeis.com/>

1.5.4 Bauern-Arnt

1.5.4.1 Ausgangslage

Das Interesse an den bäuerlichen Produkten, bevorzugt in Bio-Qualität, wächst weiter, für Konsument/innen ist es jedoch beschwerlich, die Bauern quer durch die Region abzuhebeln, um die gewünschten Lebensmittel zusammenzusammeln.

1.5.4.2 Lösungen, Erfolge

Das Projekt BauernArnt ist eine einzigartige Kooperation zwischen der Landwirtschaftlichen Fachschule Mistelbach und regionalen Landwirten. Es gliedert sich in einen sehr gut sortierten Bauernladen mit angeschlossener Vinothek sowie in einen Heurigen, wo 5 Winzerfamilien und die Schule abwechselnd für einen ganzjährigen Heurigenbetrieb sorgen. Regionalität und Saisonalität werden hier sehr groß geschrieben.

1.5.4.3 Kurzbeschreibung

Landwirte aus der Region und der Landwirtschaftlichen Fachschule betreiben über einen Verein gemeinsam einen Bauernladen, eine Vinothek und einen Heurigen. Neben saisonalem Obst und Gemüse aus der Schule und von Landwirtschaften aus dem nahen Umfeld,

findet man hier auch Getreide und Getreideprodukte, Eingelegtes, Tees, Essig und Öle – vorwiegend aus dem Weinviertel und das meiste in Bio-Qualität.

Schlachtfrisch kauft man hier Bio-Fleisch vom Galloway-Weiderind oder vom Weinviertler Strohschwein, die auf den Weiden hinter der Landwirtschaftlichen Fachschule artgerecht gehalten werden. Direkt in den Verarbeitungsräumen der Landwirtschaftlichen Fachschule wird geschlachtet und zerlegt, das Fleisch kommt daher ohne Schlacht- und Transportstress in die Kühlregale des Bauernladens.

1.5.4.4 Bedeutung für SFGG Projekt

BauernArnt ist in vielerlei Hinsicht ein echtes Vorzeigeprojekt (Bewusstseinsbildung bei Landwirt/innen in Ausbildung und Konsument/innen), und passt auch in ein städtisches Umland (Tierhaltung, Anbaufläche). Gibt es eine landwirtschaftliche Fachschule im Raum Graz, mit der ein ähnliches Gemeinschaftsprojekt gestartet werden kann?

1.5.4.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<http://www.bauernarnt.at/de/>

<https://www.weinviertlerin.at/bauernladen-in-mistelbach/>

1.6 Bundesland Burgenland

1.6.1 Vernetzungsinitiativen für regionale Lebensmittelvermarktung

1.6.1.1 Ausgangslage

Die Vermarktung regionaler Lebensmittel verläuft mittlerweile zu einem wesentlichen Anteil über Internetportale (s. auch Kapitel Die Direktvermarktung aus der Sicht der Landwirte in Österreich). Aber auch der „physische“ Verkauf von regionalen Lebensmitteln bietet interessante Lösungsansätze. Nachfolgend sind einige ausgewählte Beispiele dafür aus dem Burgenland vorgestellt.

1.6.1.2 Lösungen, Erfolge

- <https://www.genussburgenland.at/> - Das Burgenländische Genuss- und Agrarmarketing (Abkürzung: Genuss Burgenland) ist die Marketingorganisation für Genussprodukte aus dem Burgenland mit dem Ziel, die Wertschöpfung für regionale Produkte aus dem Burgenland zu erhöhen. Das Portal führt einen Blog, informiert über Feste und promotiert die Frische Küche mit regionalen Produkten (z.B. Fisch).
- <http://www.burgenland-schmeckt.at/de/feinschmeckerei/genussregionen.html> - Die Initiative bietet Informationen für Tourismusunterkünfte und Gastronomie mit typisch regionalen Produkten sowie eine Plattform für regionale Produzenten und Betriebe zur Direktvermarktung regionaler Lebensmittel
- burgenland.myproduct.at/ - Die Plattform ist das größte Online-Shop zum Direktbezug regionaler Produkte in Burgenland
- <http://www.genuss-logistik-burgenland.at/ueber-uns/> - Genuss Logistik Burgenland agiert seit 2010 als Verein zur Verbreitung regionaltypischer Produkte, es handelt sich dabei nicht um einen Online-Shop sondern um eine Online-Information über regionale ProduzentInnen mit Kontaktdaten. So kann man direkt an der Quelle bestellen.
- <https://www.meinbezirk.at/burgenland/> - Das Portal bietet regionale Produkte je nach Bezirk (z.B. Güssing, Eisenstadt, etc.) im Bundesland an.
- <http://www.gastroportal.at/beste-kulinarische-produkte-aus-dem-burgenland/25410> - Dieses Gastronomieportal informiert über erlesene landwirtschaftliche Produkte sowie Gastronomiebetriebe mit regionaler Küche und Zutaten.
- <https://www.markthalle-burgenland.com/> - Die Markthalle Kulinarium Burgenland ist in den Stallungen des Schlosses Esterházy beherbergt. So können hochwertige Regionalprodukte von den ProduzentInnen laufend zum Verkauf angeboten werden.

1.6.1.3 Kurzbeschreibung

Bei den einzelnen Beispielen angeführt.

1.6.1.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Die Beispiele zeigen innovative Ansätze für Vernetzung von Tourismus, regionaler Landwirtschaft und Unternehmen (z.B. regionale Erzeugnisse in den Betriebsgroßküchen) so-

wie beim online-Verkauf regionaler Lebensmittel (z.B. Direktvernetzung zwischen ProduzentInnen und KundInnen).

1.6.1.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

Bei den einzelnen Beispielen angeführt.

1.6.2 Initiative für regionale Produkte in landesnahen Betrieben

1.6.2.1 Ausgangslage

Das Ziel dieser Initiative ist es, landwirtschaftliche Produktion aus der Region verstärkt in den heimischen Betriebsgroßküchen einzusetzen. Eine bessere Erschließung des burgenländischen Marktes für die Landwirtschaft, eine höhere Wertschöpfung sowie eine erhöhte Qualität der Ernährung in den Großküchen soll gesichert werden.

1.6.2.2 Lösungen, Erfolge

Die Initiative plant, ab Sommer 2017 Angebot und Nachfrage von LandwirtInnen und Unternehmen in Burgenland über eine interaktive e-Plattform zu koordinieren, um die Großküchen landesnaher Betriebe mit regionalen Lebensmitteln zu versorgen. Somit sind noch keine Ergebnisse vorhanden.

1.6.2.3 Kurzbeschreibung

Im Juni 2016 ergriffen das Land Burgenland, die Wirtschaftskammer und die Landwirtschaftskammer im Burgenland die Initiative, die Verwendung landwirtschaftlicher Produkte aus dem Burgenland in Unternehmen und anderen großen Betrieben des Landes zu fördern.

1.6.2.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Verstärkt regionale Lebensmittel in den Betriebsküchen kann auch für Stadt Graz und Graz-Umgebung empfohlen werden.

1.6.2.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<http://ccm-tv.at/2016/06/07/regionale-produkte-in-landesnahen-betrieben/>
<http://www.schnappen.at/oesterreich/index.php/schwerpunkt-burgenland/wirtschaft/2060-genussboerse>

1.7 Bundesland Salzburg

1.7.1 Studie über Motive und Hemmnisse bei privaten KonsumentInnen (Stmk, Slzbg)

s. Kapitel Studie über Motive und Hemmnisse bei privaten KonsumentInnen (Stmk, Sbg).

1.7.2 Vernetzungsinitiativen für regionale Lebensmittelvermarktung

1.7.2.1 Ausgangslage

Im Bundesland Salzburg erfolgt die Vermarktung regionaler Lebensmittel zunehmend auch über Internetportale. Nachfolgend sind einige Beispiele dafür vorgestellt.

1.7.2.2 Lösungen, Erfolge

- <http://www.genuss-region.at/genussregionen/salzburg/genussregionen-in-salzburg.html> - Die Initiative GENUSS REGIONEN ist im Kapitel „Landesweite Initiative „GENUSS REGION ÖSTERREICH“ beschrieben. Zu den typisch regionalen Produkten gehören beispielsweise der Lungauer Eachtling, das Pinzgauer Rind, das Pongauer Wild.
- <https://www.gutesvombauernhof.at/salzburg.html> - In Salzburg gibt es etwa 900 landwirtschaftliche Betriebe, welche ihre Produkte verarbeitet mit traditionellen Rezepten zu Spezialitäten in gleichbleibend hoher Qualität direkt anbieten.
- <https://www.meinbezirk.at/salzburg/salzburg-stadt/themen/regionale-produkte.html> - Das Portal bietet regionale Produkte je nach Bezirk im Bundesland an.
- <https://www.salzburger-direktvermarkter.at/startseite.html> - Die teilnehmenden Betriebe sind vorwiegend Familienbetriebe, welche traditionell und naturgerecht regionale Produkte herstellen. Die eingebaute "Suchfunktion" ermöglicht den KonsumentInnen, schnell und einfach Direktvermarkter, Bauernmärkte sowie Bauernläden aus Salzburg zu finden.

1.7.2.3 Kurzbeschreibung

Bei den einzelnen Beispielen angeführt.

1.7.2.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Die Beispiele zeigen Wege zur gelungenen Verankerung der regionalen Lebensmittel auf.

1.7.2.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

Bei den einzelnen Beispielen angeführt.

1.7.3 Salzburger Marktkalender und App „direkt:frisch“

1.7.3.1 Ausgangslage

Neben der Ab Hof Vermarktung von regionalen Lebensmitteln gibt es eine große Anzahl an Bauernmärkten in Salzburg für beide Verkaufsschienen gab es bisher keine gemeinsame Ankündigung.

1.7.3.2 Lösungen, Erfolge

Zusätzlich zum Ab-Hof Verkauf bietet die Initiative einen Bauernmarktkalender (auf Papier) und ein App an, welches über den nächstgelegenen aktuellen Bauernmarkt informiert. Somit wird der Konsum regionaler Lebensmittel zusätzlich erhöht.

1.7.3.3 Kurzbeschreibung

Zum ganzjährigen Einkauf frischer landwirtschaftlicher Erzeugnisse (Obst und Gemüse, Fleisch- und Milchprodukte) bietet sich im Bundesland Salzburg traditionell den Ab-Hof-Verkauf an, oft mit fixen Öffnungszeiten. Zusätzlich stehen Milchautomaten rund um die Uhr zur Verfügung. Im Land Salzburg werden außerdem regelmäßig Bauernmärkte abgehalten, wobei auch handwerkliche Erzeugnisse, Brot, Backwaren, Blumen sowie selbst gemachte Säfte, Marmeladen, Krapfen, Pofesen, Kaspressknödel und andere bäuerliche Produkte angeboten werden. Das Salzburger Agrar Marketing hat alle Bauernmärkte, Wochenmärkte und Hofläden im Bundesland Salzburg übersichtlich zusammengestellt. Die App „direkt:frisch“ der Salzburger Direktvermarkter hilft zusätzlich zur Orientierung für den Einkauf von regionalen Milchprodukten, Eiern, Obst und Gemüse, Fleisch und Fisch: „direkt:frisch“ zeigt an, wer, wo und was anbietet, sortiert nach Entfernung, als Liste und als Kartenansicht.

1.7.3.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Die Einführung eines Bauernmarktkalenders einschl. App könnte für eine erhöhte Nutzung regionaler Lebensmittel beitragen.

1.7.3.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<http://www.salzburgermarktkalender.at/de/regional/index.asp>

1.8 Bundesland Tirol

1.8.1 Zukunftsstrategie der Tiroler Landwirtschaft 2020

1.8.1.1 Ausgangslage

Bei kleinen Mengen ist die Direktvermarktung regionaler Lebensmittel nicht wirtschaftlich.

1.8.1.2 Lösungen, Erfolge

Die empfohlenen Maßnahmen für die Etablierung der Direktvermarktung umfassen:

- Suche nach Organisationsformen für die Landwirte (z.B. Genossenschaften)
- Zeitlich beschränkte Veranstaltungen (z.B. Vermarktungsfeste)
- Dauereinrichtungen (Bauernläden) und Versandhandel
- Suche nach Initiativen mit bereits bewiesenem Erfolg
- Entwicklung einer Dachmarke für Qualitätsprodukte aus der Tiroler Landwirtschaft.

Es muss jedoch betont werden, dass diese Maßnahmen einen allgemeinen Charakter aufweisen, d.h. sie sind nicht auf die direkte Vernetzung zur Belieferung von Großküchen ausgerichtet. Die erfolgreiche Umsetzung dieser langfristigen Strategie für das Bundesland setzt voraus, dass zuerst eine Reihe an praxisbezogenen Fragen beantwortet werden: diese reichen von den rechtlichen Rahmenbedingungen über den Gastronomiegroßhandel bis zum Bedarf von Dienstleistungen der öffentlichen Hand, welche von den Landwirten übernommen werden könnten.

1.8.1.3 Kurzbeschreibung

Das Land Tirol misst in seiner Zukunftsstrategie der Tiroler Landwirtschaft 2020 der Direktvermarktung regionaler landwirtschaftlicher Erzeugnisse eine wichtige Rolle bei. Es wird vermerkt, dass bei kleinen Mengen der Aufwand nicht wirtschaftlich ist. Maßnahmen wurden vorgeschlagen, um dieser Situation entgegenzuwirken.

1.8.1.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Die Direktvermarktung landwirtschaftlicher Produkte ist für alle an der Lebensmittelversorgung der Großstadt beteiligten Akteure (Gemeinschaftsverpflegung, Gastronomie, Handel/private KonsumentInnen) relevant. Maßgeschneiderte Maßnahmen für Graz könnten in Anlehnung an die Beispiele aus Tirol auch überlegt werden.

1.8.1.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

[Tappeiner et al., 2012]

1.8.2 Initiativen der Agrarmarketing Tirol

1.8.2.1 Ausgangslage

Oberstes Ziel dieser drei sich gegenseitig ergänzenden Projekte ist der erhöhte Einsatz von Lebensmitteln aus Tirol in der Hotellerie und Gastronomie sowie im Handel und im privaten Konsum.

1.8.2.2 Lösungen, Erfolge

- Projekt „Bewusst Tirol“: die teilnehmenden Hotelleriebetriebe werden für ihren hohen Einsatz regionaler Lebensmittel ausgezeichnet: die Auszeichnung "Bewusst Tirol" stellt somit einen Wegweiser für die KonsumentInnen und Gäste dar.
- Gütesiegel „Qualität Tirol“ und Gastrokatalog: die übersichtliche Darstellung der regionalen Milchprodukte und weiterer Produkte (z.B. Kwell-Saibling, Jahrlingswurst, Jahrlingsburger) mit dem Gütesiegel „Qualität Tirol“ im Gastrokatalog erweitert die Initiative auch auf den Handel und den privaten Konsum. Allein über die Qualitätsfleischprojekte mit diesem Gütesiegel konnten mehr als 2,7 Millionen Euro Wertschöpfung für die Tiroler Bauern erzielt werden.
- Regionalitätsoffensive in öffentlichen Großküchen: im Bundesland Tirol existieren 10 öffentliche Krankenanstalten, 20 Schulen inkl. Schülerheime mit eigener Küche und 87 Wohn- und Pflegeheime. Zu Beginn 2016 wurde der verstärkte Einsatz regionaler Lebensmittel auch in der Gemeinschaftsverpflegung forciert: mittlerweile 90 aus 110 kontaktierten öffentlichen Einrichtungen verwenden regionale Lebensmittel und veröffentlichen diese Daten monatlich. Bei Milch, Joghurt, Rahm/Sauerrahm, Topfen und Butter kann ein Regionalanteil bis zu 100 % erreicht werden. Bei Käse liegt der Wert bei 28 %. Die Einkaufszahlen beispielsweise der Tiroler Kliniken belegen, dass die heimische Landwirtschaft auch regelmäßig größere Mengen in der gewünschten Qualität liefern kann.

1.8.2.3 Kurzbeschreibung

Die Agrarmarketing Tirol (AMTirol) ist ein Verein, welcher zur Stärkung der Marktposition bäuerlicher Lebensmittel beisteuert. Mitglieder sind das Amt der Tiroler Landesregierung, die Landwirtschaftskammer Tirol, die Tirol Werbung GmbH sowie die Wirtschaftskammer Tirol. Die AMTirol ist auch der Lizenzgeber für das Gütesiegel "Qualität Tirol" und repräsentiert eine Plattform für Partner aus landwirtschaftlicher Produktion, Verarbeitung, Handel und Tourismus sowie KonsumentInnen.

1.8.2.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

„Gastrokataloge“, Qualitätsgütesiegel und gezieltes Labeling regionaler Lebensmittel wirken stimulierend für die Wertschätzung und den Vertrieb regionaler landwirtschaftlicher Produktion.

1.8.2.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<http://amtirol.at/projekte/bewusst-tirol>

http://www.tiroler-bauernbund.at/de/themen/tiroler-bauernbund/index.php?we_objectID=513

<http://amtirol.at/pressebereich/2017/pks/jahresbilanz-2016-der-agrarmarketing-tirol>

1.8.3 Initiative des Handels „AUS DER REGION – ZUM GREIFEN NAH!“

1.8.3.1 Ausgangslage

Der Trend zum importierten Billiggemüse aus Übersee hat negative Auswirkungen nicht nur für das Klima, sondern auch für die Existenzgrundlage der regionalen LandwirtInnen.

1.8.3.2 Lösungen, Erfolge

Die Initiative bindet den Handel für die Bewusstseinsbildung hinsichtlich des Stellenwerts regionaler landwirtschaftlicher Produkte. Dem Verbraucher wird zudem nicht nur eine sichere Qualität, sondern auch gute Preise dafür angeboten, denn es handelt sich meist um saisonale Produkte.

1.8.3.3 Kurzbeschreibung

Lebensmittel aus dem Ausland und v.a. aus Übersee verbrauchen etwa 11-mal mehr Primärenergie, generieren 11-mal soviel CO₂- sowie 28-mal mehr SO₂-Emissionen als regionale Lebensmittel. Die Initiative „AUS DER REGION – ZUM GREIFEN NAH! Ihr Nahversorger vor Ort!“ wurde vom Gremium Lebensmittelhandel der Wirtschaftskammer Tirol ins Leben gerufen. In Tirol gibt es gegenwärtig 1.296 Nahversorger. 47 % der Gesamtfläche des Bundeslandes werden landwirtschaftlich genutzt. 13.000 LandwirtInnen bewirtschaften rund 1,36 Mio. ha Ackerland. Davon profitieren nicht nur die wirtschaftliche Landschaft und die regionale Wertschöpfung, sondern es wird auch ein wesentlicher Beitrag zum Klimaschutz geleistet.

1.8.3.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Die Einbindung des Handels unterstützt eine wachsende Nachfrage für regionale Lebensmittel. Diese wiederum stärkt dauerhaft die regionale Produktion und ermöglicht einen größeren Selbstversorgungsgrad der Stadt.

1.8.3.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<http://www.zum-greifen-nah.at/presse/newsdetail/datum/mein-erster-newsartikel-kopie-1.html>

1.9 Bundesland Kärnten

1.9.1 Umsetzung des Reformprogramms Kärnten

1.9.1.1 Ausgangslage

Umsetzung der gesetzlichen Bundesvorgaben über die Ausschreibungskriterien für den Einkauf von verstärkt regionalen Lebensmitteln nach dem Bestbieter- statt des Billigstbieterprinzips in der Gemeinschaftsverpflegung.

1.9.1.2 Lösungen, Erfolge

Der Kärntner Landtag fasste am 15.12.2015 den Beschluss „Regional ist genial“ zur Verwendung regionaler Lebensmittel in öffentlichen Einrichtungen. Daraufhin folgte das „Positionspapier Regionalität“. Seitdem wird an einem Katalog der „Qualitätskriterien für Lebensmittelausschreibungen“ gearbeitet. Dabei werden auch geschützte Herkunftsbezeichnungen, Qualitäts- und Gütesiegel sowie gentechnikfreie Produktion und Tierhaltungform berücksichtigt. Dabei werden die folgenden Ziele verfolgt:

- Soviel Lebensmittel wie möglich zuerst aus Kärnten, dann aus Österreich zu verwenden.
- Vorbereitung von entsprechenden Ausschreibungskriterien für Lebensmittel und Leitlinien in den jeweiligen Bereichen.
- Evaluierung des Anteils vorgefertigter Produkte hinsichtlich des angestrebten Bezugs von Produkten aus Kärnten bzw. Österreich.
- Bezug von Bioprodukten: das Setzen individueller, steigender, prozentueller Ziele in den einzelnen Bereichen wird angestrebt.
- Schwerpunktprojekte für Verstärkung der Bewusstseinsbildung bei Mitarbeitern, Schülern, Patienten und Klienten.
- Mut zur Saisonalität und Umstellung von Tiefkühl- und Trockensortiments auf heimische Frischware mittels der Zielbegrifflichkeiten des biologischen Anbaus, der Urproduktion, der Ökologie und Qualität.

Die Regionalitätsoffensive ist im Umsetzungsprogramm in der Land- und Forstwirtschaft angesiedelt:

Vorhaben	Status		
	nicht umgesetzt	in Umsetzung	umgesetzt
Erarbeitung der Agrarischen Leitbilder			
Schaffung des landwirtschaftlichen Kompetenzzentrums Oberkärnten durch die Zusammenlegung der Fachschulen Litzlhof und Drauhofen; – Ersparnis in der Struktur und gleichzeitig Investition in die Qualität der Ausbildung			
Umsetzung Kompetenzzentrum Haushaltsmanagement und Gartenbau, Kooperation Pferdewirtschaft LFS Stiegerhof und KTS Villach			
Novellierung des landwirtschaftlichen Schulgesetzes			
Lösung der Almfutterflächenproblematik für Almobleute und Einzelalmbesitzer in Kärnten			
Naturschutzgesetz neu			
Ausbau und Sanierung des Ländlichen Wegenetzes			
Regionalitätsinitiative zur verstärkten Verwendung von regionalen Produkten in öffentlichen Einrichtungen			
Bereitstellung und Erhaltung der erforderlichen Landesmittel zur Co-Finanzierung der EU Programme			
Ländliche Entwicklung 2014-2020 Startschuss und Abwicklung			
INVEST-Programm Landwirtschaft			
Niederlassungsprämie für Junglandwirte als Impuls für Junglandwirte bei Schaffung ihrer ersten Niederlassung			
Maßnahmen zum Erhalt der Bienen und Finanzierung Kärntner Imkerschule – Landesverband für Bienenzucht			
Neuausrichtung Tierkörperentsorgung			
Sofortmaßnahmen und Unterstützung der Landwirte in der HCB-Causa im Görttschitztal mit flächendeckenden Futtermittelprobenziehung im Görttschitztal, Futtermittelaustausch, Flächendeckende Milch- und Fleischbeprobung und Milchgeldersatz			
„Bio-Gras-Monitoring“ im Görttschitztal			
Förderung für die Vermarktung von regionalen Produzenten wie beispielsweise die Zurverfügungstellung von Präsentationsflächen in der Halle der Nachhaltigkeit auf der Herbstmesse			
Abschluss des HCB-Fonds, Weiterlaufen der Maßnahmen für das Görttschitztal, Masterplan Görttschitztal+			
Ausbau des landwirtschaftlichen Versicherungssystems			
Weiterführung des Waldpflegevereins			

Abbildung 1-4 Ansiedlung der Regionalitätsoffensive im Umsetzungsprogramm in der Land- und Forstwirtschaft des Landes Kärnten, Quelle: [Land Kärnten, 2016]

1.9.1.3 Kurzbeschreibung

Das Land Kärnten hat bereits mehreren übergreifende Einzelprojekte erfolgreich umgesetzt (z.B. die Schulobstaktion). Seit 2014 setzt das Land auch das Vorhaben zur Novellierung des Bundes-Vergabegesetzes zur Verankerung des Bestbieterprinzips statt Billigstbieterprinzips für einige landwirtschaftliche Produktgruppen in der Gemeinschaftsverpflegung um (s. Kapitel Bestbieter- statt Billigstbieterprinzip für Lebensmittelausschreibungen in der Gemeinschaftsverpflegung).

1.9.1.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Beispiel für die Umsetzung der gesetzlichen Bundesvorgabe über die Verankerung des Bestbieterprinzips statt Billigstbieterprinzips für einige landwirtschaftliche Produktgruppen in der Gemeinschaftsverpflegung. Zusätzlich können die definierten Ziele innerhalb der Regionalitätsoffensive des Landes Kärnten auch für Graz und Umgebung anwendbar sein.

1.9.1.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

[Land Kärnten, 2016]

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20170512_OTS0062/vp-schabus-mehr-biologische-und-regionale-lebensmittel-in-kaerntner-grosskuechen

1.9.2 Initiative „Gut zu wissen, wo's herkommt“

1.9.2.1 Ausgangslage

Mehr als 40 % aller Kärntnerinnen und Kärntner essen nicht zu Hause (von Kinderbetreuungseinrichtungen über Betriebskantinen und Gasthäusern bis zu Krankenhäusern und Pflegeheimen), dabei ist die Tendenz steigend. Die Herkunft und die Qualität der Lebensmittel in der Gemeinschaftsverpflegung gewinnen somit immer mehr an Bedeutung.

1.9.2.2 Lösungen, Erfolge

Mit der Initiative „Gut zu wissen, wo's herkommt“ möchte die Landwirtschaftskammer Kärnten öffentliche und private Großküchen der Gemeinschaftsverpflegung dazu motivieren, die Herkunft von Fleisch und Eiern auszuweisen.

1.9.2.3 Kurzbeschreibung

Der verstärkte Einsatz regionaler (Bio)lebensmittel war der Schwerpunkt des Kongresses „Regional, biologisch, gesund und gut“ im Jahr 2017.

1.9.2.4 Bedeutung für SFGG Projekt (Grazer Kontext und Ziele), Empfehlungen für Transfer

Ein Beispiel für die Umsetzung der Bundesvorgaben für mehr Regionalität in der Gemeinschaftsverpflegung, folgend dem Prinzip des Best- anstatt des Billigstbieters und unter Berücksichtigung der Relevanz der Gemeinschaftsverpflegung in der Ernährung in einer Großstadt.

1.9.2.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<https://ktn.lko.at/vorrang-f%C3%BCr-regionale-gesunde-lebensmittel+2500+2559769>
<https://www.ktn.gv.at/Service/News?nid=26657>
<http://kaernten.orf.at/news/stories/2841126/>

1.9.3 *Offensive für mehr regionale Lebensmittel in Kärntner Unternehmen*

1.9.3.1 Ausgangslage

Unternehmen, welche entweder eigene Kantinen betreiben oder die Dienstleistungen professioneller Kantinenbetreiber in Anspruch nehmen, sollen motiviert werden, den Einsatz regionaler Lebensmittel in der Verpflegung ihrer MitarbeiterInnen zu erhöhen. Denn die TOP-100-Betriebe Kärntens beschäftigen rund 70.000 MitarbeiterInnen. Es wird geschätzt, dass rund 15 % - 20 % der Unternehmen eine eigene Kantine betreiben bzw. einen Caterer beauftragen. In Summe handelt es sich somit um etwa 10.000 - 14.000 Essensportionen täglich.

1.9.3.2 Lösungen, Erfolge

Der vermehrte Einsatz regionaler Lebensmittel würde zudem die regionale Landwirtschaft stärken und zur Entspannung des regionalen Arbeitsmarkts wesentlich beitragen. Umgerechnet für Landwirtschaft und Handel entspricht dies einer regionalen Wertschöpfung von rund 300.000 Euro/Jahr.

Als ein Best-Practice-Beispiel bietet sich die Großküche des Unternehmens Kelag an. Rund 3/4 der in den 3 Kelag-Großküchen (Klagenfurt, Villach, St. Veit an der Glan) verarbeiteten Lebensmittel stammen aus Kärnten. Der jährliche Mengenumsatz für 120.000 Portionen (75.000 für MitarbeiterInnen der Kelag, 35.000 für externe Gäste und 10.000 für SchülerInnen) ist bedeutend:

- rund 40.000 Eier zu 100 % aus Freiland- oder Bodenhaltung in Kärnten
- etwa 10.000 l Milch, 4.000 l Joghurt und 2.500 l Sauerrahm aus Kärnten
- Salat, Obst und Gemüse: je nach Saison bis zu 80 % aus Kärnten
- 12.000 kg Erdäpfel und 4.000 Steigen Blattsalat aus Kärnten
- 50% des Fleisches und des Geflügels (insgesamt 50.000 kg) aus Kärnten, der Rest aus anderen österreichischen Bundesländern
- rund 90% des Mehls und des Gebäcks (60.000 Stück jährlich) aus Kärnten

Die Vorbildwirkung der Kelag-Großküchen wird auch durch den Einsatz erneuerbarer Energieträger für Strom und Heizung gestärkt.

Arbeiten der Johannes-Kepler-Universität Linz belegen ebenfalls die positiven volkswirtschaftlichen Auswirkungen eines verstärkten Einsatzes regionaler Lebensmittel: eine Reduktion des Einsatzes importierter Nahrungsmittel um 10 % entspräche etwa 10.000 neuen bzw. gesicherten Arbeitsplätzen in Österreich bzw. rund 1.000 in Kärnten.

1.9.3.3 Kurzbeschreibung

Der Vorgänger dieser Initiative wurde von der Kärntner Landesregierung gesetzt, welche einen verstärkten Einsatz regionaler Erzeugnisse aus Kärnten in Küchen der öffentlichen Hand förderte. Darauf aufbauend, weiteten die Wirtschaftskammer und Landwirtschaftskammer im Jahr 2016 die Offensive auch auf Unternehmen: Unternehmen, welche entweder eigene Kantinen betreiben oder die Dienstleistungen professioneller Kantinenbe-

treiber in Anspruch nehmen, zu motivieren, den Einsatz regionaler Lebensmittel in der Verpflegung ihrer MitarbeiterInnen zu erhöhen.

1.9.3.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Der verstärkte Einsatz regionaler Lebensmittel in den Unternehmenskantinen könnte ein Thema auch für Graz und seine Umgebung sein.

1.9.3.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<https://news.wko.at/news/kaernten/Offensive-fuer-mehr-regionale-Lebensmittel-in-Kaerntner-Unt.html>

1.9.4 Regionale Produkte in globaler Verpackung

1.9.4.1 Ausgangslage

Oft werden die landwirtschaftlichen Produkte zwar regional erzeugt, aber nicht regional verpackt: aufgrund der Hygienevorschriften wird die Verpackung oft ausgelagert, wobei sich Unternehmen als „Verpackungsspezialisten“ etabliert haben. Verpackungsanlagen für Lebensmittel kosten etwa 4 – 5 Millionen Euro und können sich nur bei großen Produktionsmengen bzw. großen ProduzentInnen wirtschaftlich rechnen.

1.9.4.2 Lösungen, Erfolge

Derzeit sind noch keine Lösungen etabliert. Eine Möglichkeit für kleinere ProduzentInnen wäre ein Zusammenschluss mehrerer regionaler ProduzentInnen zum Betreiben einer gemeinsamen Anlage. Das Problem soll jedoch rechtzeitig thematisiert werden, da es eng mit der Selbstversorgung einer Großstadt verbunden ist.

1.9.4.3 Kurzbeschreibung

s. Ausgangslage

1.9.4.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Das Problem der Verpackung der Lebensmittel ist besonders bei der Selbstversorgung von Ballungszentren ein nicht zu unterschätzendes Thema. Die Erzeugung regionaler Lebensmittel allein ermöglicht ihre Beförderung zum Handel/KonsumentInnen noch nicht.

1.9.4.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<http://kaernten.orf.at/news/stories/2745602/>

1.9.5 Schulbuffet Echt.Im.Biss

1.9.5.1 Problemstellung

Schuljause muss günstig sein. „Gesund und Bio“ klingt für viele Jugendliche fast wie eine gefährliche Drohung.

1.9.5.2 Lösungen/Erfolge

Gesund, bio, leistbar und schmackhaft. So sollte ein modernes Schulbuffet aussehen. Echt.Im.Biss ist ein

- ✓ 100% Bio-Regional-Faires Schulbuffet an einem Kärntner Gymnasium
- ✓ Kommt auch bei Schüler/innen gut an

1.9.5.3 Kurzbeschreibung

Entscheidend für den Erfolg des Buffets ist es, die Ernährungswünsche der Jugendlichen zu berücksichtigen und mit Qualität zu verbinden. Die Pizza besteht aus Dinkelmehl und ist mit regionalem Gemüse und Wurst belegt. Der Puten Wrap enthält viel Gemüse und Fleisch aus der Region. Statt Pommes gibt es selbstgemachte Kartoffel-Wedges, aus Donuts werden selbstgemachte Schokocookies.

Jedes Schulbuffet braucht auch ein sogenanntes "1€ Produkt", normalerweise eine Wurstsemmel. Bei echt.im.Biss ist das ein Vollkornbrot mit Butter, Schnittlauch und Blütensalz. Gerade dieses einfache Produkt wird von den SchülerInnen geliebt und ist der Bestseller mit 60 verkauften Stück pro Tag.

Eine eigene „Zucker- und Fettsteuer“ wurde eingeführt. Das bedeutet, dass Ungesundes im Vergleich zu Gesundem teurer ist. Ein Weckerl kostet im Schnitt 40 Cent weniger als in einer Bäckerei, ein Stück Plunder kostet dafür um 40 Cent mehr. Unterm Strich kostet jede "große" Jause gleich viel – nämlich 2,60 Euro. Geiger: „Wir wollen, dass die Kinder ihren Bauch entscheiden lassen, nicht der Kopf anhand des Preises.“

1.9.5.4 Bedeutung für SFGG Graz

Das Beispiel zeigt, dass eine gesunde, regionale Versorgung auch für Schüler/innen möglich ist.

1.9.5.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<http://www.lebensart.at/artistinnen-echtimbiss>

<https://www.facebook.com/echt.im.biss/>

1.10 Bundesland Vorarlberg

1.10.1 Ökoland Vorarlberg Landesprogramm

1.10.1.1 Ausgangslage

Die Wertschöpfung des Landes Vorarlberg beruht auf den landwirtschaftlichen (Klein)ProduzentInnen. Daher gilt es, diese durch gezielte Maßnahmen die regionale Lebensmittelproduktion aufzuwerten und zu unterstützen.

1.10.1.2 Lösungen, Erfolge

Der Jahresbericht zur Umsetzung des Ökoland Vorarlberg Landesprogramm 2017 hält folgende Erfolge fest (Auszug):

- Bildung und Lebensqualität:
Ausbau des Bildungsangebots für Jugendliche im ländlichen Raum mit dem IfS
- Partnerschaft:
Projekt „Mehrwert für alle“ (s. Kapitel Projekt „Mehrwert für Alle“ im Rahmen des Ökoland Vorarlberg Landesprogramms)
Forcierung der Vertragslandwirtschaft
Zertifizierung von Gemeinschaftsküchen
- Sonderkulturen, Fleisch:
Ausdehnung des Ländle-Gütesiegels auf weitere Regionalprodukte; Ausbau der Beratung.

Zusätzlich hat der Vorarlberger Landtag am 4. Mai 2017 beschlossen, folgende weitere Aktionen im Kontext der Landwirtschaftsstrategie 2020 „Ökoland Vorarlberg – regional und fair“ zu unternehmen:

- Erhebung und Ausweitung des Anteils der regionalen Produkte in der Gemeinschaftsverpflegung im Verhältnis zum Gesamtwareneinsatz, gemeinsam mit den Systempartnern (z.B. Ländle Qualitätsprodukte Marketing GmbH, ARGE Küchenleitung Vorarlberg, etc.).
- Die Anbietervermittlung für regionale Produkte (und Bio-Produkte) für die Gemeinschaftsverpflegung durch die Systempartner (z.B. Ländle Qualitätsprodukte Marketing GmbH) zu stärken.
- Die Beratung der KüchenleiterInnen in der Gemeinschaftsverpflegung zum verstärkten Einsatz regionaler Produkte sowie von Bio-Produkten durch die Systempartner weiter zu forcieren.
- Einführung eines Zertifizierungssystems für Großküchen in der Gemeinschaftsverpflegung für empfehlenswerten Einsatz von regionalen und biologischen Lebensmitteln.

1.10.1.3 Kurzbeschreibung

73 % der Vorarlberger Fläche sind durch Landwirtschaft geprägt, und somit belegt diese den wichtigsten Stellenwert im Bundesland. Mit dem Ökoland Vorarlberg Landesprogramm setzt die Vorarlberger Landesregierung daher ein ambitioniertes Vorhaben zum Erhalt und zur Stärkung der landwirtschaftlichen ProduzentInnen im Land um, mit 4 Aktionsbereichen und Zielen:

- „Bildung, soziale Verantwortung und Partnerschaft:
1. Lebensqualität und Werte in den bäuerlichen Familien thematisieren

2. Angebote in der Aus- und Weiterbildung für die Landwirtschaft verbessern
3. Unternehmertum und Kooperationen in den bäuerlichen Betrieben erweitern
4. Partnerschaften mit Tourismus und Handel weiter ausbauen
- Wertschöpfung:
 5. Einkommen der bäuerlichen Betriebe unter besonderer Berücksichtigung von extrem benachteiligten Bergbauernbetrieben verbessern
 6. Marktposition Vorarlbergs als Milch- und Käseland festigen
 7. Eigenversorgung bei Fleisch und Marktfrüchten aus Vorarlberg steigern
 8. Wertschätzung und Wertschöpfung von regionalen Lebensmitteln steigern
- Umwelt, Lebensmittelqualität, Tierwohl
 9. Anteil der Biobetriebe und BiokonsumentInnen verdoppeln
 10. Im Tierschutz Nummer 1 in Österreich werden und ökologische Stoffkreisläufe forcieren
 11. Vorarlberger Lebensmittelstandard auf Basis eines einheitlichen Gütesiegels weiterentwickeln
 12. Beitrag der Land- und Forstwirtschaft zur Vorarlberger Energieautonomie steigern in Berg und Tal
- Kulturlandschaft:
 13. Grund und Boden für die Landwirtschaft sichern – besonders für die Lebensmittelproduktion
 14. Flächendeckende Bewirtschaftung und Besiedelung im Berggebiet sichern
 15. Naturnahe Bewirtschaftung und Erzeugung von Spezialitäten auf der Alpe festigen
 16. Grünlandwirtschaft mit ganzjähriger Viehhaltung sicherstellen.“

1.10.1.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Die 4 Aktionsfelder und die darin formulierten Ziele sowie die Aktionen aus Vorarlberg können hinsichtlich der Anpassung eines Konzeptes an der regionalen Spezifik auch für das Umland von Graz bzw. für das Bundesland Steiermark von Interesse sein.

1.10.1.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

[Amt der Vorarlberger Landesregierung & Abteilung Landwirtschaft und ländlicher Raum, 2017]

[Amt der Vorarlberger Landesregierung, 2012]

http://www.vorarlberg.at/vorarlberg/landwirtschaft_forst/landwirtschaft/landwirtschaft/weitereinformationen/oekolandvorarlberg/zieleoekolandvorarlberg/zieleoekolandvorarlbergim.htm
http://www.vorarlberg.at/vorarlberg/landwirtschaft_forst/landwirtschaft/landwirtschaft/weitereinformationen/oekolandvorarlberg/mehrregionalelebensmittel.htm

1.10.2 Projekt „Mehrwert für Alle“ im Rahmen des Ökoland Vorarlberg Landesprogramms

1.10.2.1 Ausgangslage

Das landesweite Projekt ist Teil der Umsetzung des Ökoland Vorarlberg Landesprogramms zur Förderung von Gesundheit und Regionalität wird im Rahmen der Tourismus-,

Gesundheits- und Ökolandstrategie 2020: Ziele sind es, gesunde, regionale und saisonale Speisen in Gemeinschaftsgastronomie und Tourismus zu etablieren sowie eine höhere Wertschätzung regionaler Qualitätslebensmittel zu erreichen.

1.10.2.2 Lösungen, Erfolge

- Vernetzung von landwirtschaftlichen ProduzentInnen und Großküchen: „Angebot trifft Nachfrage – Nachfrage trifft Angebot“
- Entwicklungen von Rezepten mit regionalen Lebensmitteln sowie von Produkten
- Praxisbezogene Beratung für Gemeinschaftsverpflegung und Tourismus (Gastronomie)
- 60 Veranstaltungen (Workshops und Kochkurse) während der Projektlaufzeit für:
 - Fachleute: von der Landwirtschaft bis zur Produktverarbeitung
 - für KöchInnen aus Gemeinschaftsverpflegung und (Tourismus) Gastronomie
 - für Lehr- und Fachpersonen aus den Bereichen „Bildung“ und „Kinderbetreuung“: kindgerechte Küche, ansprechende Präsentation, Aufwertung der Wertschätzung regionaler Lebensmittel
 - für alle Zielgruppen: Vernetzung

1.10.2.3 Kurzbeschreibung

Das Projekt wird es aus Mitteln der Abteilung Landwirtschaft und der Abteilung Allgemeine Wirtschaftsangelegenheiten sowie des Gesundheitsförderungsfonds Vorarlberg und des Fonds Gesundes Österreich gefördert. Die Projektlaufzeit ist vom 1.11.2016 bis 30.4.2019.

1.10.2.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Ähnliche Projekte können für den Ballungsraum Graz von Interesse sein.

1.10.2.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

mehrwert-fuer-alle.at/

1.10.3 Eigeninitiative für regionale Lebensmittel in Pflegeheimen

1.10.3.1 Ausgangslage

Die Eigeninitiative der KüchenleiterInnen in der Gemeinschaftsverpflegung Vorarlbergs, ursprünglich auf Erfahrungsaustausch und Fortbildung gerichtet, ist mittlerweile mit dem Schwerpunkt auf den verstärkten Einsatz regionaler Lebensmittel in den Großküchen der Gemeinschaftsverpflegung ausgeweitet.

1.10.3.2 Lösungen, Erfolge

Der bereits seit mehreren Jahren bestehende Zusammenschluss (ARGE) der Küchenleitungen der Vorarlberger Pflegeheime, initiiert vom Landesverband Heim- und Pflegeleitungen Vorarlbergs, fördert den Austausch, die Fortbildung und die Vernetzung im Bereich der Gemeinschaftsverpflegung in den Pflegeheimen im Bundesland durch Impuls-

stammtische, Workshops, Newsletter und Tage der Gemeinschaftsverpflegung. Seit Juli 2015 werden in den Newslettern auch landwirtschaftliche Produzenten in Vorarlberg vorgestellt, welche saisonale und regionale Lebensmittel und Produkte zum Direktbezug anbieten.

1.10.3.3 Kurzbeschreibung

s. „Losungen, Erfolge“

1.10.3.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Bottom-up-Initiativen der Beschäftigten z.B. in der Gemeinschaftsverpflegung können den verstärkten Einsatz regionaler Lebensmittel in diesen Großküchen positiv bewirken.

1.10.3.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<https://www.lhpv.at/>

1.10.4 Qualitätssiegel für regionale Lebensmittel

1.10.4.1 Ausgangslage

Regionale Lebensmittel sind in der Gastronomie und Hotellerie oft nicht leicht erkennbar.

1.10.4.2 Lösungen, Erfolge

- AMA Gastrosiegel Vorarlberg: regionale, herkunftsgeprüfte Qualität wird durch das Siegel deutlich und schnell erkennbar. Die Betriebe profitieren von der professionellen Beratung, Schulung und Produktprüfung sowie von einer besseren Positionierung bei den Gästen.
- Das Ländle Herkunfts- und Gütesiegel: veranschaulicht unabhängig kontrollierte Lebensmittelqualität (regional, gentechnikfrei, umwelt- und tierfreundlich) sowohl für konventionelle als auch für Bioprodukte mit definiertem Wertschöpfungsanteil in Vorarlberg.

1.10.4.3 Kurzbeschreibung

s. „Lösungen, Erfolge“

1.10.4.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Schnell erkennbare und qualitätsgarantierte Herkunft der Lebensmittel steigert ihren Stellenwert.

1.10.4.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

<http://wkv-tourismus.at/service/de/serviceprodukte/ama-gastrosiegel-vorarlberg>

<https://www.laendle.at/>

1.10.5 Best Practice für Selbstversorgung

1.10.5.1 Ausgangslage

Erhalt der Wertschöpfung im ländlichen Raum, der bäuerlichen sowie Sicherung von Arbeitsplätzen.

1.10.5.2 Lösungen, Erfolge

In Vorarlberg werden jährlich 165.000 t Milch verarbeitet, wobei die Hauptmenge davon in die Käseerzeugung einfließt. Die Käse eigenversorgung in Vorarlberg liegt bei 250 %.

1.10.5.3 Kurzbeschreibung

s. „Ausgangslage“ sowie „Lösungen, Erfolge“

1.10.5.4 Bedeutung für SFGG Projekt, Empfehlungen für Transfer

Eine gelungene Auslotung von Potenzialen im Bundesland zur Selbstversorgung mit regionalen Lebensmitteln.

1.10.5.5 Unterlagen, Quellen, Verweise

https://www.vorarlberg.at/vorarlberg/landwirtschaft_forst/landwirtschaft/landwirtschaft/neuigkeiten_mitbild_hochwertigeregionaleprodu.htm

2 Schlussfolgerungen

Die Erkenntnisse aus der Suche nach bundesweiten Vorarbeiten im Bereich der Lebensmittelselbstversorgung von Ballungszentren, d.h. der Versorgung mit regionalen Lebensmitteln, erlauben folgende Schlussfolgerungen für das Projekt Smart „Food Grid Graz“.

2.1.1 Allgemein

- Eine ausreichende regionale Lebensmittelproduktion ist die wichtigste Voraussetzung für einen hohen Selbstversorgungsgrad. Dafür ist eine Bewusstseinsbildung für Nachfrage nach mehr Regionalität genauso entscheidend wie gesetzliche Vorgaben, welche Regionalität fordern und fördern (z.B. das gesetzliche verankerte Bestbieter- statt Billigstbieterprinzips beim Lebensmitteleinkauf in der Gemeinschaftsverpflegung).
- In Österreich wird die Regionalität für Lebensmittel gefördert und erfreut sich anhaltender Nachfrage. Aktionen auf diesen Ebenen werden auch oft miteinander vernetzt (z.B. GENUSS REGION, „Mein Bezirk“, „Gutes vom Bauernhof“, etc.).
- Die Konsumschienen für die regionale Lebensmittelproduktion sind die Direktvermarktung, der Handel, die Außer-Haus-Verpflegung (Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung) und der private Haushalt. Gezielte Maßnahmen in all diesen Bereichen gleichzeitig fördern den Konsum von regionalen Lebensmitteln und sichern somit die Möglichkeiten für einen möglichst hohen Selbstversorgungsgrad.
- Ein weiterer relevanter Faktor für einen hohen Selbstversorgungsgrad ist kein weiterer Verlust verfügbarer Flächen sowie deren Nutzungsart (landwirtschaftliche Nutzung vs. Versiegelung; Anteile der landwirtschaftlich genutzten Flächen je nach Produkt – weniger Fleisch vs. mehr Gemüse).
- Es existieren innovative Initiativen, welche eine verstärkte Produktion unterstützen und auf die man aufbauen kann (z. B. die steirische Ernährungspyramide und -würfel; der oberösterreichische Kühltischcheck, der Salzburger Bauernmarktkalender, verschiedene Herkunfts- und Qualitätsgütesiegel, etc.).
- Der Vertrieb regionaler Produkte wird immer häufiger an die modernen Technologien angepasst: neben dem traditionellen Ab-Hof-Verkauf und der Direktvermarktung existiert eine Großzahl an online-Portalen zum Vertrieb regionaler Lebensmittel, oft inkl. Lieferung.
- Derzeit existieren bereits eine breite Palette an eigenen regionalen Marken (z.B. „Gut zu wissen, wo's herkommt“), Gütesiegeln, laufend Events, Ab-Hof-Verkäufen, Markthallen, Prämierungen, etc.: es wird zunehmend schwierig, die Regionalität wirksam zu bewerben.
- Da die Nachfrage nach regionalen Lebensmitteln mittlerweile in Österreich gut etabliert ist, ist das langfristige Ziel nun, diese nachhaltig zu erhalten. Denn ein hoher Selbstversorgungsgrad mit Lebensmitteln kann nur gelingen, wenn die Bedingungen für eine dauerhafte Versorgung mit regionalen Lebensmitteln geschaffen sind.
- Eine weitere offene Frage betrifft die Etablierung alternativer Modelle zur Existenzsicherung der regionalen LandwirtInnen, nämlich die Beteiligung der KonsumentInnen an der direkten bzw. Vorfinanzierung der Ernte oder der Versicherungsprämien für Ernteausschlag (z.B. Foodcoops, PPP-Modelle für Hagelversicherung, etc.).

2.1.2 Handel

- Als einer der 5 wichtigsten Akteure im Bereich der Lebensmittelversorgung (ProduzentInnen, PrivatkundInnen, Gemeinschaftsverpflegung, Gastronomie und Großhandel), ist die Einbindung des Großhandels als Dialogpartner und Mitwirkender in der Thematisierung der Regionalität unentbehrlich – sowohl aufgrund der Lebensmittelmengen (und somit als Einfluss auf die regionale landwirtschaftliche Entwicklung) als auch hinsichtlich der Bewusstseinsbildung der KonsumentInnen. Denn durch gezielte Werbekampagnen können Kundinnen verstärkt für die regionalen Erzeugnisse gewonnen werden, was wesentlich zum Klimaschutz und zur Stärkung der regionalen Wertschöpfung beitragen kann.
- Der Großhandel in Österreich (z.B. Lidl Österreich, SPAR Österreich, REWE International AG, Hofer, ADEG Österreich Handels AG) hat mittlerweile auf die Anforderungen des nachhaltigen Konsums reagiert und bietet parallel zu den konventionellen Erzeugnissen ganze Produktlinien an (z.B. „Ein gutes Stück Heimat“ von Lidl Österreich; „Billa Regional Regal“ von REWE International AG). Diese Produktlinien sind nicht nur nach sozialen (z.B. Fairtrade), sondern auch nach ökologischen Kriterien (verschiedene Bio- und regionale Produktlinien) orientiert.

2.1.3 Gastronomie

- Eine starke Zusammenarbeit mit der Gastronomie sowie Bewusstseinsbildungsmaßnahmen bei KonsumentInnen zeigt, dass auch in der Gastronomie auf Regionalität geachtet werden kann: der Trend nach mehr Regionalität beim Lebensmitteleinkauf in der Gastronomie ist stärker ausgeprägt als vor 4 Jahren. Ausschlaggebend dafür ist die Nachfrage der Besucher.
- In der Gastronomie spielt der persönliche Kontakt zu den ProduzentInnen eine wichtige Rolle. Die häufigsten Lieferanten sind regionale HändlerInnen, LebensmittelverarbeiterInnen und LandwirtInnen.
- Die wichtigsten Kriterien beim Einkauf sind Frische und das Aussehen der Lebensmittel. Gleich danach folgt die Regionalität (Herkunft: Österreich sowie regionale Spezialitäten und Lebensmittel aus der Umgebung).

2.1.4 Direktvermarktung

- Die LandwirtInnen in Österreich sehen grundsätzlich die Direktvermarktung ihrer Lebensmittel positiv.
- Direktvermarktung wirkt sich positiv auf die Arbeitssituation aus.
- Als Gründe für einen Ausstieg aus der Direktvermarktung erweisen sich der ggfs. zu hohe Investitionsbedarf (z.B. für Lagerräume) sowie der größere Zeitaufwand.
- Eine Alternative für die Abnahme von Ernteüberschussmengen oder nicht verkaufbarem Gemüse und Obst wäre, haltbargemachte Ware herzustellen und an die Großküchen zu verkaufen (z.B. Apfelmus, Tomatenmark).

2.1.5 Gemeinschaftsverpflegung und regionale Direktvermarktung

2.1.5.1 Voraussetzungen aus der Sicht der Großküchen

- Beachtung der Hygienestandards und etwaiger rechtlicher Rahmenbedingungen
- Vorsortierung und Vorverarbeitung der Lebensmittel, Lieferung in großen Gebinden.

- eine einfache Geschäftsbeziehung bzw. Lieferung durch eine Erzeugergemeinschaft.
- ein abgestimmter Zeitrahmen sowie flexible und zuverlässige Lieferung.

2.1.5.2 Voraussetzungen aus der Sicht der ProduzentInnen

- ein angemessener Abnahmepreis.
- Eine Zustellung von wirtschaftlich sinnvollen Mengen.

2.1.5.3 Empfohlene Maßnahmen für eine regionale Lebensmittelversorgung

- Kommunikation zwischen Großküche und Direktvermarkter ist von entscheidender Bedeutung für die Kenntnis der gegenseitigen Anforderungen. Auch Online-Plattformen sind hilfreich mit dem schnellen und rechtzeitigen Überblick über aktuelle Angebote, Mengen und Produzenten.
- Im Fall von mehreren kleineren regionalen Produzenten empfiehlt sich der Zusammenschluss der Produzenten sowohl untereinander als auch mit Vorverarbeitungsbetrieben (nachgewiesener Erfolg z.B. zwischen Tierzüchter und Metzgereien). Dies würde sowohl die Lieferung der gewünschten Mengen als auch die notwendige Vorverarbeitung ermöglichen.
- Beratungen und Bildungsmaßnahmen für Produzenten (z.B. Erarbeitung angepasster Marketingstrategien) und für Großküchen (z.B. flexible Speiseplanung, Ausrichtung nach saisonalen Produkten).
- Bündelung regionaler Initiativen für die Nutzung regionaler landwirtschaftlicher Erzeugnisse.
- Ausländische Lebensmittel sollen soweit wie möglich durch inländische Lebensmittel ersetzt werden.

3 Literaturverzeichnis

- Amt der Vorarlberger Landesregierung (2012) ÖKOLAND VORARLBERG REGIONAL UND FAIR I STRATEGIE LANDWIRTSCHAFT VORARLBERG 2020. Bregenz. Amt der Vorarlberger Landesregierung.
- Amt der Vorarlberger Landesregierung; Abteilung Landwirtschaft und ländlicher Raum (2017) 2017 Landwirtschaft Forstwirtschaft I Ziele, Mittel, Leistungen. Amt der Vorarlberger Landesregierung, Abteilung Landwirtschaft und ländlicher Raum. Bregenz.
- Bettina Schwarzl; Weiß, M. (2017) Regionale Lebensmittelpfade am Beispiel der Stadt Wien für die Produktgruppe Gemüse (Projekt SUM-FOOD). Umweltbundesamt GmbH. Wien.
- Daxbeck, H.; Kisliakova, N.; Lemmel, H.; Schindler, F.; Strasky, A.; Neumayer, S. (2016) Möglichkeiten der Vernetzung landwirtschaftlicher Produzenten und Großküchen der Stadt Wien. Projekt Allianz GK. Ressourcen Management Agentur (RMA). Hrsg. v. ÖkoKauf Wien. Wien.
- Gesundheitsförderungsfonds Steiermark, G. S. (2017) GEMEINSAM G'SUND GENIESSEN (GGG) I Projektunterstützung Gemeinschaftsverpflegung 2017. Gesundheitsförderungsfonds Steiermark, Gesundheitfonds Steiermark.
- Hintz, M.; Jud, E.; Menapace, V.; Schuller, A.; Steinwender, D. (2017) Graz ernährt sich. Endbericht zum IST-Zustand in den Bereichen: Produktion, Versorgung, bestehende Alternative Versorgungssysteme und zu möglichen Szenarien zur Erhöhung des Selbstversorgungsgrades von den Bezirken Graz und Graz Umgebung. Impulszentrum Zukunftsfähiges Wirtschaften. Graz.
- Josefine Loriz-Hoffmann (s.a.) Die Politik zur Entwicklung des ländlichen Raums 2014-2020, Europäische Kommission, DG Landwirtschaft und ländliche Entwicklung. Europäische Kommission, DG Landwirtschaft und ländliche Entwicklung.
- KeyQUEST Marktforschung GmbH (2016) Landwirte-Befragung zu Direktvermarktung. Wien.
- Kirchhofer, L.; Penker, M. (2016) Regionale Ernährung im Selbstversuch – Motive, Barrieren und Erfahrungen aus Salzburg und der Steiermark. BOKU Wien. Wien.
- Land Kärnten (2016) Bericht für die Kärntner Landesregierung I Umsetzungsstand des Reformprogrammes Kärnten. Klagenfurt.
- Lösch, A. (2016) Potential regionaler Lebensmittelversorgung - Bereitschaft von LandwirtInnen zur Direktvermarktung in der LEADER Region Kamptal. Universität für Bodenkultur Wien.

Martina Karla Steiner (2016) GEMEINSAM G'SUND GENIESSEN in der Gemeinschaftsverpflegung I Leitfaden zur Umsetzung der steirischen Mindeststandards. Graz. Gesundheitsfonds Steiermark.

Schlatzer, M.; Lindenthal, T.; Kromp, B. (2016) Nachhaltige Lebensmittelversorgung für die Gemeinschaftsverpflegung der Stadt Wien. Wien. Bioforschung Austria und ZGWN/BOKU, im Auftrag der MA22.

STROBEL, C.; STOCKINGER, B. T.; DUENBOSTL, C.; PÖCHTRAGER, S.; AUBERGER, V. (2014) Einstellung und Einkaufsverhalten städtischer KonsumentInnen bezogen auf regionale Lebensmittel und Regionalinitiativen. In: Jahrbuch der Österreichischen Gesellschaft für Agrarökonomie. 24. S. 141-150.

Tappeiner, G.; Poppeller, A.; Norz, R.; Danzl, T.; Matscher, A.; Moosmann, G. (2012) Zukunftsstrategien der Tiroler Landwirtschaft 2020. Innsbruck. Amt der Tiroler Landesregierung.

