

# Biogerichte im Betriebsrestaurant

Helmut Laberenz, Olaf-W. Naatz

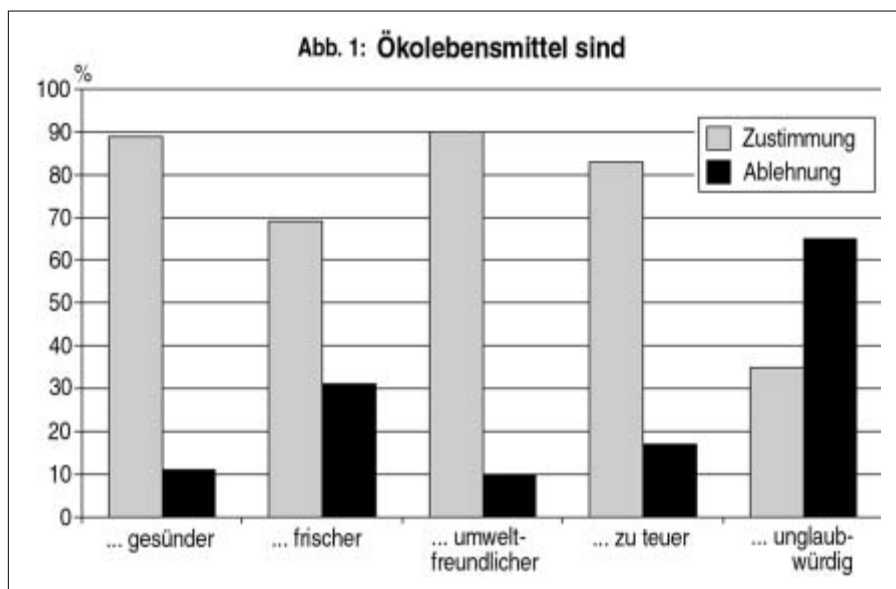
**Gäste in Betriebsrestaurants würden es begrüßen, wenn mehr Biogerichte angeboten würden. Das ergab eine Untersuchung in sechs Hamburger Kantinen.**

Neben dem Verkauf ökologischer Lebensmittel an Endverbraucher – direkt oder über den Handel – bietet die Gastronomie eine interessante Absatzmöglichkeit für Bioprodukte. Durchschnittlich jede vierte Mark der Ausgaben für Lebensmittel gibt der Bundesbürger derzeit in Imbissen, Restaurants und Kantinen aus. Viele Arbeitnehmer nehmen an den Werktagen ihre Hauptmahlzeit in einem Betriebsrestaurant ein. Die Einführung von Öko-Produkten in der Gemeinschaftsverpflegung bietet somit zum einen den Bio-Konsumenten die Möglichkeit, auch am Arbeitsplatz ökologisch zu genießen, eröffnet aber andererseits auch die Chance, neue Konsumentenschichten anzusprechen und von der Qualität dieser Lebensmittel zu überzeugen.

## Wenige Skeptiker

Gefördert von der EU und der Wirtschaftsbehörde Hamburg unterstützt der Ökomarkt e. V. Großküchen bei der Einführung von Produkten aus ökologischem Landbau. Zum Serviceangebot zählen die Vermittlung von Lieferanten, Hilfen bei der Speiseplangestaltung, Bereitstellung von Informationsmaterial für die Gäste, Vorbereitung und Durchführung von Sonderaktionen und Mitarbeiterschulungen sowie Tischgastbefragungen.

Eine solche empirische Untersuchung wurde Ende 1998 durch Studierende der Fachhochschule Hamburg durchgeführt. Insgesamt wurden rund 850 Besucherinnen und 1550 Besucher in sechs Betriebsrestaurants im Raum Hamburg bezüglich ihrer Einstellungen und ihres Konsumver-



Tab. 1: Beurteilung des Öko-Angebotes in den Betriebsrestaurants

Wie beurteilen Sie ...	Gut	Eher gut	Eher schlecht	Schlecht
den Geschmack	39,0 %	47,3 %	10,8 %	2,9 %
das Aussehen	40,6 %	48,0 %	9,6 %	1,8 %
das Preis/Leistungsverh.	27,0 %	39,8 %	27,3 %	5,8 %

haltens gegenüber Ökolebensmitteln interviewt.

Die meisten Befragten beurteilen diese Lebensmittel als gesünder, wohlschmeckender, frischer und umweltfreundlicher als konventionelle Ware, aber gleichzeitig bezeichnet sie die überwiegende Mehrheit als zu teuer. Erfreulich ist die relativ geringe Zahl von Skeptikern: Nur noch jeder

Dritte hält Ökoprodukte für unglaubwürdig (Abb. 1).

Diese überwiegend positive Haltung schlägt sich bei den meisten Befragten aber nicht im Konsumverhalten nieder. Nur rund 40 % geben an, privat „häufig“ oder „gelegentlich“ Ökoprodukte zu kaufen, die Mehrheit (ca. 60 %) verwendet diese nur „selten“ oder „nie“.

### Ökogerichte werden gut angenommen

In den beteiligten Betriebsrestaurants werden die Ökolebensmittel sehr unterschiedlich eingesetzt und ausgezeichnet. Teilweise werden komplette Biomenüs, i. d. R. vegetarisch, angeboten, in anderen Kantinen werden regelmäßig oder gelegentlich Öko-Komponenten verwendet und dementsprechend ausgezeichnet. In diesen Betriebsrestaurants sind drei von vier Gästen über die Ökoprodukte informiert und begrüßen das Öko-Angebot mehrheitlich. So bezeichneten 67 % die Einführung als „gut“ und 29 % als „eher gut“, ablehnend äußerten sich nur 4 %. Auf die Frage, wie oft das Ökomenü gewählt wurde, lautete jedoch die häufigste Antwort „selten“ (46 %), 15 % haben es noch „nie“ probiert und 35 % geben an, es „häufig“ oder „gelegentlich“ zu essen. Lediglich 4 % entscheiden sich „immer“ für dieses Gericht.

Zwei Küchen verwenden zwar regelmäßig Ökolebensmittel für ihre Gerichte, die Gäste werden aber nicht ausdrücklich darauf hingewiesen, welcher Anteil des Essens aus ökologischem Anbau stammt. Dementsprechend sind hier deutlich weniger, nämlich nur jeder zweite bzw. zwei von drei Besuchern über das Öko-Angebot informiert. Die Verwendung von Ökoprodukten wird allerdings im selben Ausmaß wie in den anderen Betriebsrestaurants begrüßt. Eine Aussage über die Nutzungshäufigkeiten kann für diese beiden Kantinen nicht gemacht werden.

### Erweitertes Öko-Angebot gefragt

Die Verarbeitung der ökologisch produzierten Lebensmittel stellt die Küchen offensichtlich nicht vor große Probleme, und die Qualität des Essens entspricht den Erwartungen der Besucher. So werden Geschmack und Aussehen der Ökogerichte von knapp 90 % der Tischgäste positiv beurteilt, wobei sich die Frauen deutlich zufriedener äußern als die männlichen Befragten. Beim Preis-Leistungs-Verhältnis

sind die Reaktionen beider Geschlechter insgesamt kritischer: Nur zwei Drittel aller Antworten entfallen auf die zustimmenden Rubriken. Und – rational unerklärlich – jeder Dritte bezeichnet den Preis für dieses Essen als nicht angemessen, obwohl in keinem Betriebsrestaurant ein Öko-Aufschlag gefordert wird.

Die meisten Tischgäste (68 %) würden eine Erweiterung des Angebotes von ökologischen Produkten begrüßen. Sie äußern den Wunsch nach Fleischgerichten in ökologischer Qualität (30 %) und einem entsprechenden Salatangebot (16 %), vor allem aber nach einer größeren Auswahl an Ökogerichten (43 %). Während Frauen sich in erster Linie für die größere Vielfalt einsetzen, fragen Männer vor allem nach Fleischgerichten. Öko-Fleischgerichte werden auch von 18 % der Tischgäste ge-

wünscht, die derzeit „nie“, oder nur „selten“, die überwiegend vegetarischen Ökomenüs wählen.

Das in allen untersuchten Betriebsrestaurants geäußerte Interesse an Ökolebensmitteln deutet auf ein noch nicht ausgeschöpftes Absatzpotenzial hin. Es bedarf zusätzlicher Anstrengungen, um dieses Potenzial auszuschöpfen. Auf der kommunikativen Ebene gilt es, die Premium-Qualität und den angemessenen Preis der Ökolebensmittel stärker zu vermitteln, in der Produktpolitik ist eine (vorsichtige) Ausweitung des Angebotes, speziell im Bereich Fleischgerichte, angezeigt. □

Prof. Dr. Helmut Laberenz, Prof. Olaf-W. Naatz, Fachhochschule Hamburg, Fachbereich Ökotoxikologie, Lohbrügger Kirchstr. 65, D-21033 Hamburg

## McDonald's im Krankenhaus?

In einem Leserbrief im Göttinger Tageblatt vom 19.07.1999 gibt der Küchenleiter des Evangelischen Krankenhauses Weende seiner Entrüstung über die drohende McDonaldisierung auch in Krankenhausküchen Ausdruck. Wir bringen Auszüge:

„Seit 27 Jahren bin ich verantwortlich für die Ernährung der Patienten im Evangelischen Krankenhaus Weende. Trotz knapper Mittel haben wir es bisher geschafft, auch ökologische Produkte in unserer Küche zu verarbeiten: Kartoffeln und Gemüse aus biologischem Anbau, Eier von Hühnern aus artgerechter Haltung. Unser Fleisch stammt aus dem Umland, Geflügel und Fisch kommen nur frisch zur Verarbeitung. Unser Motto lautet ‚Qualität statt Quantität‘.“

Nach meiner Ansicht hat die Krankenhausküche einen gesundheitlichen Auftrag: Sie muss Vorbild sein. Ein hoher Anteil der Krankheiten, die im Krankenhaus

behandelt werden, entstehen durch Fehlernährung.

Wenn ich lese, dass die Medizinische Hochschule Hannover mit McDonald's liebäugelt, muss ich mich fragen: Wo bleibt die gesunde Ernährung?

Schaut man sich das Ernährungsverhalten der Jugendlichen an, so wird man nachdenklich. Hier entsteht zukünftig ein riesiges Problem durch falsche Ernährung. Das Fehlverhalten in der Ernährung wird noch mehr ernährungsbedingte Erkrankungen produzieren. Der Speiseplan eines Jugendlichen besteht überwiegend aus den berühmten „fünf P“: Pommes, Pizza, Popcorn, Pasta und Pappbrötchen. Die gesundheitlichen Konsequenzen müssen im späteren Lebensalter getragen werden.

Sollten nicht gerade, was die Ernährung anbetrifft, die Mediziner Vorbild sein?“

Dieter Hofstetter, Küchenleiter Evangel. Krankenhaus Weende

### **Bibliographische Angaben zu diesem Dokument:**

Labrenz, Helmut und Naatz, Olaf-W. (2000): Biogerichte im Betriebsrestaurant. *Ökologie & Landbau* 113 (1/2000): 39-40. Stiftung Ökologie & Landbau (SÖL), Bad Dürkheim.

Das Dokument ist in der Datenbank „Organic Eprints“ archiviert und kann im Internet unter <http://orgprints.org/000001459/> abgerufen werden.