

# Regionale Bio-Lebensmittel in der Gastronomie – Stärken, Schwächen, Chancen, Risiken

Philipp Braun, Sepp Kreuzer, Ruth Bartel-Kratochvil, Heidi Leitner

**In den letzten Jahren ist seitens der KonsumentInnen eine stetig steigende Nachfrage nach biologischen und regionalen Lebensmitteln zu verzeichnen. Trotzdem gibt es bisher nur wenige Kooperationen zwischen der Biolandwirtschaft und der örtlichen Gastronomie.**

Um den Ursachen dafür auf den Grund zu gehen, wurden sechs Gastronomen in Oberösterreich und Salzburg nach ihren Erfahrungen befragt – alle verwenden erfolgreich biologische Zutaten aus der Region in ihren Küchen. Die internen betrieblichen Stärken und Schwächen, die mit dem Einsatz regionaler Biolebensmittel verbunden sind, sowie die externen Chancen und Risiken, die die Rahmenbedingungen für die Befragten bilden, sind in der Tabelle rechts zusammengefasst. (Die wichtigsten Punkte davon werden im Text ausführlicher erläutert.)

## Höhere Einkaufspreise

Alle befragten Gastronomiebetriebe geben an, beim Einkauf höhere Preise für Biolebensmittel regionaler Herkunft als für konventionelle Ware zu bezahlen. Diese werden nur teilweise durch die häufig bessere Produktqualität und die damit verbundenen geringeren Verluste bei der Verarbeitung (z.B. geringere Bratverluste bei Fleisch) abgedeckt. Um die Weitergabe der höheren Einkaufspreise an ihre Gäste möglichst zu vermeiden, greifen die GastronomInnen zu einer Palette an Maßnahmen:

- ◆ Erzielung niedrigerer Einkaufspreise durch den direkten Kontakt zu den Bauern ohne Zwischenhandel sowie durch den Einkauf größerer Mengen.

	Positiv	Negativ
INTERN	<b>Stärken</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Frische und Qualität der Ware</li> <li>• niedrigere Einkaufspreise durch Saisonalität</li> <li>• „Bio-Lebensphilosophie“ und Engagement von BetriebsführerIn und Personal</li> <li>• Möglichkeit zur Differenzierung am Markt</li> </ul>	<b>Schwächen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• höhere Einkaufspreise</li> <li>• höhere Personalkosten</li> <li>• viel Aufklärungsarbeit bei Personal und Gästen</li> <li>• fehlende Identifikation seitens des Personals</li> <li>• potenzielle regionale Lieferanten zu wenig bekannt</li> </ul>
EXTERN	<b>Chancen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• neue Gäste</li> <li>• hohe Dichte an Biobauern und -bäuerinnen</li> <li>• vorhandene regionale Kooperationen und Verarbeitungsstrukturen</li> <li>• flexiblere Lieferbedingungen regionaler LieferantInnen</li> <li>• hohe Lebensmittelsicherheit durch Transparenz und Vertrauen zwischen WirtInnen und LieferantInnen</li> <li>• Unterstützung durch Kammer und Bio Austria</li> <li>• wachsendes ökologisches Bewusstsein in der Bevölkerung</li> <li>• großes Potenzial im Tourismus</li> </ul>	<b>Risiken</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausbleiben von Gästen durch höhere Preise</li> <li>• fehlende Logistik</li> <li>• fehlendes Angebot an saisonalem Obst, Gemüse (v.a. im Winter), Fisch und Pute</li> <li>• Kooperationschwierigkeiten mit LandwirtInnen</li> <li>• teilweise fehlendes Verständnis in der Bevölkerung</li> </ul>



- ◆ Sparsamer Umgang mit den Rohstoffen in der Küche (Vermeidung von großzügigem Wegschneiden bei Obst und Gemüse, Verwenden von Schälresten für Fonds, ...).
- ◆ Einsparung von Kosten durch die Verwendung von nicht vorverarbeiteten Lebensmitteln. Die Personalkosten in der Küche können dadurch allerdings stark ansteigen.
- ◆ Einsparung von Kosten durch das Verarbeiten aller Teilstücke eines Tieres, die v.a. bei der Herstellung von traditionellen Gerichten eine ideale Verwendung finden können.
- ◆ Umgestaltung der Speisekarte (Verwendung von mehr saisonalen und dadurch billigeren Lebensmitteln, verstärkter Einsatz von Getreide und weniger Fleisch).

### Logistischer Mehraufwand

Die Befragten berichten, dass sich zwar in der Umstellungsphase die Suche nach neuen ProduzentInnen und LieferantInnen recht schwierig gestaltete, bei den aufgebauten Lieferbeziehungen in Folge aber mit keinem logistischem Mehraufwand zu rechnen ist. Verschärft wurden diese Anfangshürden durch das bis vor einigen Jahren noch geringe Angebot an biologischen Produkten, das ist heute – vor allem in der Sommersaison – allerdings



(Foto: BIO-Vinothek, Steyr)

1) Siehe dazu: Lindenthal, T., Bartel-Kratochvil, R., Darnhofer, I. & W. Zollitsch (2008): Konventionalisierung – die Schattenseite des Bio-Booms. BIO AUSTRIA Bauerntage 2008, 28.-31. Jänner 2008, Bildungshaus Schloss Puchberg – Wels. Bio Austria, Linz, 7-10.

Vergangenheit. Die interviewten GastwirtInnen verfügen heute über florierende, langjährige und reibungslos ablaufende Geschäftsbeziehungen mit Biogroßhändlern, regionalen Bio-Fleischereien, -Molkereien, -Bäckereien und einzelnen LandwirtInnen. Ihre GeschäftspartnerInnen haben sich zudem den Bedürfnissen der Gastronomie z.B. durch tägliche Lieferung weitgehend angepasst. Darüber hinaus bauen einige GastwirtInnen selbst Kräuter, Gemüse oder Obst an, halten Tiere oder verarbeiten Lebensmittel (z.B. in der eigenen Fleischerei).

Ein Manko wird in teilweise noch fehlenden Großkunden gerechten Verpackungseinheiten, vor allem bei Milchprodukten, gesehen. Intensivere Kooperationen mit LandwirtInnen scheitern aus Sicht der Befragten oft daran, dass die gewünschten Mengen häufig nicht bzw. nicht fristgerecht geliefert werden können und die Qualität der verarbeiteten Produkte (vor allem bei Milchprodukten) teilweise unzureichend ist. Generell beklagt wird die fehlende regionale Verfügbarkeit von Bio-Süßwasserfischen und -Puten.

Als Wunsch an die ProduzentInnen und LieferantInnen geben alle Befragten an, dass Qualität und Authentizität der Bioprodukte auch in



(Foto: BIO-Vinothek, Steyr)

Zukunft gewährleistet sein müssen. Obwohl von vielen Betrieben ein höheres Produktsortiment gewünscht wird, wird gleichzeitig betont, dass dies nicht durch eine überstürzte Produktionssteigerung und damit auf Kosten der Qualität gehen dürfte. Viele BetriebsleiterInnen sehen der zunehmenden „Konventionalisierung“<sup>1)</sup> der Biobranche mit gemischten Gefühlen entgegen.

### Innere Überzeugung aller MitarbeiterInnen als Voraussetzung

Alle befragten Personen sind zutiefst von der Biologischen Landwirtschaft überzeugt und geben dies als Hauptmotiv für die Umstellung auf biologische und regionale Küche an. Sie versuchen, diese Einstellung sowohl an die Gäste als



Gastgarten im Biogasthof Neulinger

(Foto: Biogasthof Neulinger)

auch an die MitarbeiterInnen „weiterzuleben“. Die MitarbeiterInnen wurden entweder von Anfang an in den Umstellungsprozess mit einbezogen oder nahmen an Schulungen zum Thema „Bio“ teil. Bei der Anstellung neuer MitarbeiterInnen wird darauf geachtet, dass sich diese mit dem „Biogedanken“ identifizieren können.

## Veränderungen im KundInnenstamm

**A**lle befragten GastronomInnen geben an, durch die Umstellung neue Gäste, die teilweise auch von weiter herkommen, gewonnen zu haben. Heikel ist der Umgang mit dem bisherigen Stammpublikum, das von sich aus nur teilweise die bessere Qualität und den besseren Geschmack nach der Umstellung goutiert. Positive Erfahrungen machten die WirtInnen bei einem sukzessiven Umstieg. Mittels intensiver Überzeugungsarbeit in persönlichen Gesprächen und durch Marketingmaßnahmen wie Presseartikel, Folder und Internetauftritte wurde versucht, die teilweise vorhandene Skepsis bei den Stammgästen („bio ist teuer“, „bio ist Rohkost“) auszuräumen. Mit teilweise sehr negativen Rückmeldungen von Seiten der Gäste wurden einige GastronomInnen hingegen im Fall eines abrupten, vollständigen Umstiegs konfrontiert. Daran erinnern sich insbesondere jene, die schon vor 20 Jahren oder mehr umgestellt haben, als der Gedanke einer biologischen Ess- und Ernährungskultur in der Gesellschaft noch wenig präsent war.

## Wie weiter?

**W**ie kann nun der Einsatz von regionalen Bio-Lebensmitteln in der Gastronomie weiter etabliert und verbessert werden? Folgende Maßnahmen könnten dazu beitragen:

- ◆ Mehr Zusammenarbeit von LandwirtInnen und GastwirtInnen. Dazu müssten die bäuerlichen ProduzentInnen versuchen, Qualitätsprodukte zeitgerecht zu liefern,



Der Wirt des Biogasthofes Neulinger

(Foto: Biogasthof Neulinger)

während die GastwirtInnen mehr auf die LandwirtInnen und ihre Möglichkeiten eingehen müssten, indem sie z.B. nicht nur Edelteile bestellen. Von der Nennung der bäuerlichen ErzeugerInnen in den Speisekarten könnten beide Seiten profitieren.

- ◆ Forcierung bäuerlicher Kooperationen, um damit einerseits das Angebot auszuweiten und andererseits eine höhere Flexibilität hinsichtlich der Lieferzeiten zu erreichen.

- ◆ Angebot Großkunden gerechter Verpackungseinheiten seitens der Verarbeiter.

- ◆ Schaffung einer Plattform, über die sich GastronomInnen informieren können, WO in ihrer Nähe WELCHE LieferantInnen WAS anbieten. Diese Plattform könnte in der Folge auch zu einer Angebots-Nachfrage-Börse für LandwirtInnen wie GastronomInnen ausgebaut werden.

- ◆ Mehr Beratung für die GastronomInnen während der Umstellung durch Unterstützung bei der Suche nach geeigneten LieferantInnen, der Ausbildung der MitarbeiterInnen oder beim Marketing.

- ◆ Betriebe, die den Umstieg auf regionale Bio-Lebensmittel wagen, sollten versuchen, die Umstellung mit gut verfügbaren Produkten

(Kartoffeln, Eiern, Rindfleisch etc.) zu beginnen und diese sukzessive weiter auszubauen. Läuft die Umstellung gut vorbereitet ab, und wird den Gästen die Möglichkeit gegeben, sich an die neue Situation zu gewöhnen, kann durchaus von einem zusätzlichen Gästepotenzial ausgegangen werden.

Philipp Braun, Sepp Kreuzer, Ruth Bartel-Kratochvil und Heidi Leitner

Institut für Ökologischen Landbau (IfÖL), Department für Nachhaltige Agrarsysteme, Universität für Bodenkultur Wien  
Gregor Mendelstr. 33, A-1180 Wien

Tel.: (+43-1) 47 654-3750  
eMail Sekretariat: sandra.gold@boku.ac.at  
<http://www.nas.boku.ac.at/oekoland.html>