



## 100 Kantinen-Programm

Leitfaden für den Einsatz regionaler Lebensmittel  
in Gemeinschaftsverpflegungen



# Sehr geehrte Damen und Herren



seit vielen Jahren ist in Deutschland eine steigende Nachfrage nach regionalen Lebensmitteln zu beobachten. Rund 80 Prozent der Verbraucherinnen und Verbraucher geben an, mehrmals im Monat Lebensmittel mit regionaler Herkunft zu kaufen. Gleichzeitig geht die Zahl derjenigen zurück, die ihre Mahlzeiten zu Hause zubereiten und ein Trend zum Außer-Haus-Verzehr zeichnet sich ab. So speisen zwei Drittel der Vollzeitberufstätigen mittags nicht zu Hause.

Beide Trends ergeben für Kantinenwirtinnen und -wirte neue Herausforderungen, aber auch Möglichkeiten. Kantinenbetreiber müssen heute Alleskönner sein. Das bedeutet nicht nur, dafür zu sorgen, dass es dem Gast schmeckt, sondern ebenfalls, auf seine individuellen Bedürfnisse einzugehen und seine Gesundheit zu fördern.

Das 100 Kantinen-Programm des Ministeriums für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz verfolgt das Ziel, vermehrt regionale Lebensmittel in die Kantinen Nordrhein-Westfalens zu bringen.

Um die praktische Umsetzung eines regionalen Küchenkonzeptes für Sie zu erleichtern, wurde der vorliegende Leitfaden entwickelt. Ich wünsche viele neue praktische Erkenntnisse.

Ihr

A handwritten signature in blue ink, which appears to read 'Johannes Remmel'. The signature is fluid and cursive.

Johannes Remmel, MdL  
Minister für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur-  
und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen



# Inhalt

<b>Vorwort</b>	3
<b>Das 100 Kantinen-Programm</b>	7
<b>Die ersten Pionierkantinen des 100 Kantinen-Programms 2015</b>	9
<b>Teil 1</b>	
<b>Regionalität und artgerechte Tierhaltung im 100 Kantinen-Programm</b>	10
<b>Kennzeichnung regionaler Produkte</b>	12
<b>Teil 2</b>	
<b>Die Vorbereitung</b>	14
<b>Einkauf regionaler Lebensmittel</b>	17
<b>Speiseplan und Küchenabläufe</b>	20
<b>Erfolgreich kommunizieren</b>	22





## Das 100 Kantinen-Programm

Das 100 Kantinen-Programm soll Kantinen dazu motivieren, mehr regional und artgerecht produzierte Lebensmittel einzusetzen. Es macht Köchen und Gästen Appetit auf regionale Produkte und verdeutlicht, dass das Gute oft so nah liegt. Das Programm wird in den nächsten Jahren gezielt die regionale Verankerung von Kantinen fördern und begleiten. Ziel ist es, den Kantinen regionale Lebensmittel leichter zugänglich zu machen und deren Anbietern eine Plattform bereitzustellen, um ihre Produkte zu präsentieren. Es finden regelmäßige Aufrufe für Pionierkantinen statt. Eine Liste der Pioniere mit guten Beispielen sowie weiteren Infos finden Sie auf der Website [www.100-kantinen.nrw.de](http://www.100-kantinen.nrw.de)

### Der Leitfaden zum Programm

Regionale Produkte liegen voll im Trend – nicht nur in Privathaushalten, sondern auch in Gemeinschaftsverpflegungen legen Verbraucherinnen und Verbraucher immer mehr Wert auf Lebensmittel aus der eigenen Heimat. Dem Wunsch ihrer Gäste wollen Kantinenwirtinnen und -wirte gerne nachkommen, trotzdem sind einige von ihnen zögerlich, wenn es darum geht, auf ein regionales Küchenkonzept umzustellen. Der Grund dafür: Unter anderem befürchten die Kantinen einen größeren zeitlichen Aufwand bei der Verarbeitung der Lebensmittel, eventuelle Mehrkosten sowie ein eingeschränktes Angebot an Lebensmitteln. Auch die Suche nach geeigneten Lieferanten erweist sich mitunter als schwierig.

Doch mit einem gut durchdachten Konzept und einigen kreativen Ideen lassen sich diese Herausforderungen durchaus bewältigen. Als Orientierungshilfe dient dabei dieser Leitfaden. Er zeigt, was ein regionales Küchenkonzept ausmacht, wie sich dieses im Arbeitsalltag umsetzen lässt und wie es mit der richtigen Kommunikationsstrategie gelingt, sowohl die Gäste als auch das Team mitzunehmen. Viele praxisnahe Tipps im Leitfaden stammen aus den Erfahrungen der Pionierkantinen des 100 Kantinen-Programms.

In den ersten Kapiteln geht es zunächst um die Bedeutung von „regional“ und „artgerecht“ im Rahmen des 100 Kantinen-Programms. Der zweite Teil des Leitfadens beschäftigt sich mit der praktischen Umsetzung – dem Einkauf, der Gestaltung des Speiseplans sowie Kommunikationsmaßnahmen.

### Auf einen Blick

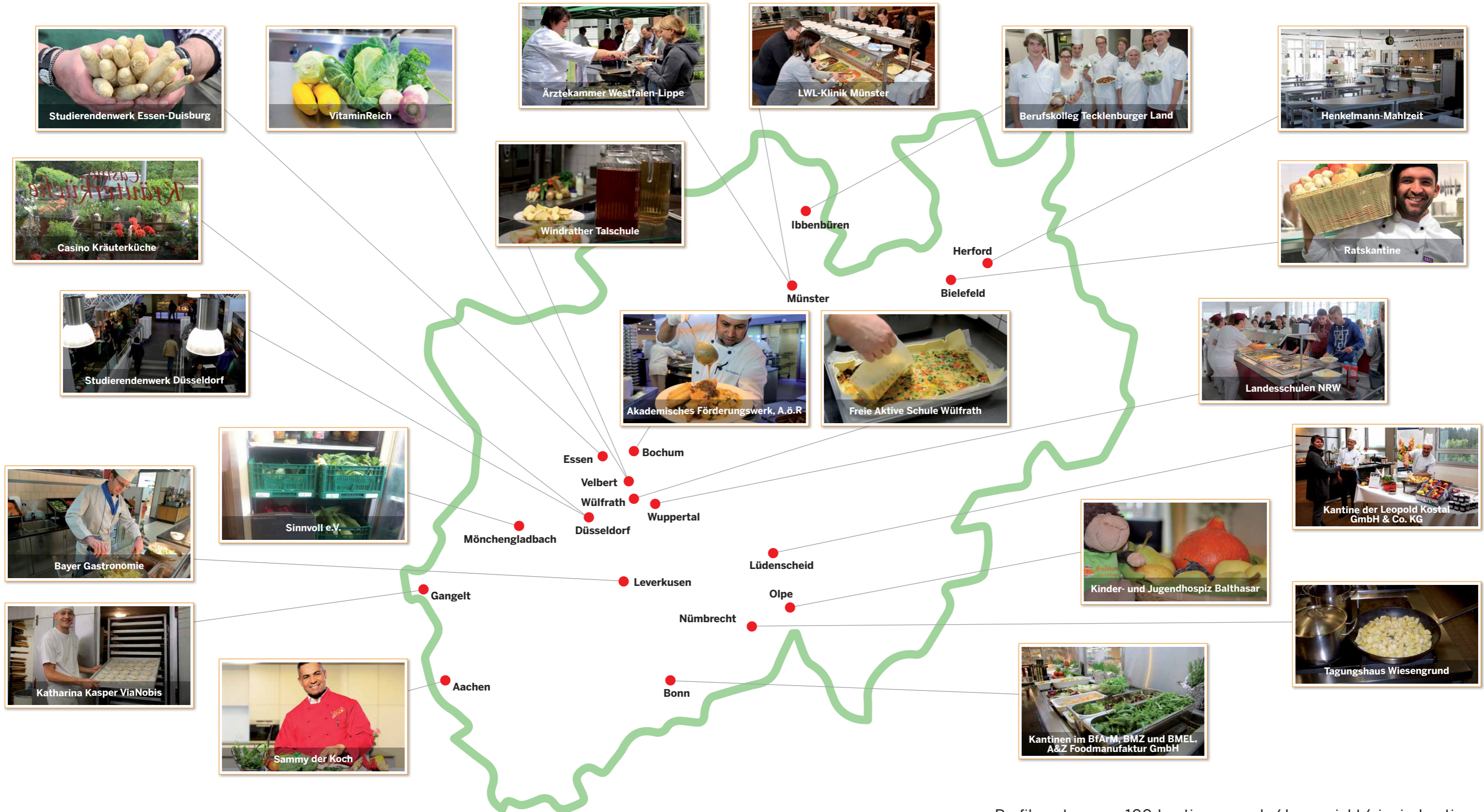
#### Die großen Herausforderungen:

- Die geeigneten Lieferanten finden
- regionale Lebensmittel im Küchenalltag einsetzen
- Gäste und Mitarbeiter überzeugen





# Die ersten Pionierkantinen des 100 Kantinen-Programms 2015







## Teil 1

# Regionalität und artgerechte Tierhaltung im 100 Kantinen-Programm

### Gemeinschaftsverpflegung – ein stetig wachsender Markt

In Nordrhein-Westfalen gibt es rund 19.000 Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung, die ihre Gäste tagtäglich mit Speisen versorgen. Veränderte Lebensgewohnheiten wie die Entstrukturierung des Tagesablaufes, die zunehmende Erwerbstätigkeit der Frauen sowie die abnehmende Küchenkompetenz der jüngeren Generationen führen zu einer erhöhten Nachfrage nach Außer-Haus-Verpflegung. Als wichtiger Bestandteil des Alltags vieler Vollzeitbeschäftigter, vieler Schüler und Schülerinnen und Studierenden sowie zahlreicher Bewohner sozialer Einrichtungen wächst die gesellschaftliche Bedeutung dieser Einrichtungen und die der Qualität ihres Speisenangebotes stetig. Um den Ansprüchen der jeweiligen Zielgruppe zu entsprechen, müssen Kantinen auf eine ausgewogene, abwechslungsreiche, bekömmliche und schmackhafte Kost achten.

Eine Möglichkeit, diesen Anforderungen zu genügen und sich gleichzeitig von der Konkurrenz abzuheben, stellen regionale Lebensmittel dar. Wer auf Regionalität achtet, greift zumindest bei frischen Lebensmitteln, wie Obst und Gemüse, automatisch zu saisonalen Produkten. Frisch geerntet sind diese meist nährstoffreicher und somit qualitativ hochwertiger. Werden sie außerdem schonend zubereitet und abwechslungsreich kombiniert, ist eine ausgewogene und gesunde Ernährung gesichert. Gleichzeitig stärkt die Verwendung regionaler Produkte die heimische Wirtschaft. Da die Wertschöpfung vor Ort stattfindet, profitieren einheimische Erzeuger und Händler. Außerdem sind regionale Lebensmittel in der Regel klimafreundlicher, da sie keine langen Transportwege hinter sich haben und sie die Vielfalt in einer Region erhalten.

Auch Fleisch und andere tierische Produkte aus artgerechter Tierhaltung sind den Verbraucherinnen und Verbrauchern zunehmend wichtig. In der Nestlé-Studie 2016 steht, dass ethische Kriterien wie eine artgerechte Tierhaltung für 53 Prozent der Befragten wichtige Qualitätsmerkmale sind. Laut Stiftung Warentest achten rund 58 Prozent der Konsumentinnen und Konsumenten bei Fleisch und Wurstwaren auf die Herkunft des Produktes. Bei Milch und Milchprodukten sind es etwa 51 Prozent.

Zusammen betrachtet stellen regionale Lebensmittel sowie Produkte aus artgerechter Tierhaltung zwei der derzeit bedeutendsten Trends in der Ernährung allgemein und somit auch in der Gemeinschaftsverpflegung dar.



## Die Begriffe „regional“ und „artgerecht“

Wenn im Rahmen des 100 Kantinen-Programms von regionalen Produkten gesprochen wird, dann sind Lebensmittel gemeint, die aus NRW stammen. Das heißt: Die definierte Region befindet sich innerhalb der Landesgrenzen NRW. Innerhalb dieses festgelegten Rahmens steht es den Kantinen frei, Regionalität nach eigenem Ermessen zu definieren. Sie ist beispielsweise plausibel nach politisch-administrativen Grenzen zu bestimmen, durch Naturräume festgelegt oder mit einer genauen Kilometerangabe abgegrenzt. Je lokaler die Waren eingekauft werden können, umso besser ist das natürlich für den regionalen Bezug zur Kantine.

Für die Definition von artgerechten Produkten kann die Kantine aus verschiedenen anerkannten Systemen wählen, wie beispielsweise „Ökolandbau“ oder „Neuland-Fleisch“. Nähere Informationen zum Thema artgerechte Tierhaltung und Tierwohl sowie eine Übersicht über die wichtigsten Labels gibt das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft unter [www.tierwohl-staerken.de](http://www.tierwohl-staerken.de).



### Auf einen Blick

#### „Regional“ im 100 Kantinen-Programm

Die definierte Region befindet sich innerhalb der Landesgrenzen NRW und muss individuell noch abgegrenzt werden durch zum Beispiel

- genaue Kilometerangaben
- Teilregionen wie bei NRW is(s)t gut!: (Münsterland, Köln/Bonn, Düsseldorf, Siegerland, Eifel, Sauerland, Niederrhein, Ruhrgebiet, Ostwestfalen, Bergisches Land) oder
- Politisch-administrative Grenzen







## Kennzeichnung regionaler Produkte

In NRW gibt es einige Siegel, die Herkunft und Qualität der Produkte garantieren. An diesen können sich die Kantinen bei der Wahl regionaler Produkte orientieren.

### Die Marke NRW

Landwirtschaft, Lebensmittelhandwerk und Ernährungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen bieten eine Fülle qualitativ hochwertiger und vielfältiger Lebensmittel an. Um den Bekanntheitsgrad und das Image der Branche zu stärken, hat der Verein Ernährung-NRW e. V. im Jahr 2013 die Marke „NRW is(s)t gut!“ eingeführt. Das Besondere dabei: Die Marke garantiert zum einen die Qualität und die Herkunft der so ausgezeichneten Produkte; zum anderen können sich auch Betriebe, die sich der Region verpflichten, auszeichnen lassen. Die Marke NRW besteht aus zwei Zeichen:



#### 1. Das Produktzeichen

Das Produktzeichen signalisiert geprüfte Qualität und nachweisbare Herkunft aus Nordrhein-Westfalen. Das Prüfzeichen darf für Lebensmittel genutzt werden, die nicht nur in NRW produziert wurden, sondern auch besonderen Qualitätskriterien entsprechen.

#### Was bedeutet „Geprüfte Qualität“?

- Herkunft der Rohstoffe aus NRW bzw. einer Teilregion
- Stufenübergreifendes, prozessbezogenes Qualitätssicherungssystem
- Regionale Verankerung des Lebensmittelherstellers
- Sitz des Lebensmittelherstellers in NRW bzw. einer Teilregion

Werden alle Rohstoffe in der NRW-Teilregion erzeugt, in der der Markennutzer seinen Sitz hat, so kann der Name der Teilregion unter das Prüfzeichen gesetzt werden (Bergisches Land, Münsterland etc.). Die Herkunfts- und Qualitätskriterien sind zunächst für Fleisch, Kartoffeln, Obst, Gemüse und Eier definiert worden. Potentielle Markennutzer müssen sich von akkreditierten Prüfinstituten überwachen lassen. Ein bilateraler Markennutzungsvertrag muss vor dem Einsatz des Prüfzeichens mit dem Inhaber der Marke, dem Verein Ernährung-NRW e. V., abgeschlossen werden.



DER REGION VERPFLICHTET

#### 2. Das Betriebszeichen

Das Betriebszeichen dient der Profilierung eines Unternehmens, das in NRW Lebensmittel herstellt. Als Zusatz unter dem Zeichen steht der Slogan „Der Region verpflichtet“. Es informiert über regionales Engagement, die Verantwortung für Umwelt- und Arbeitsbedingungen sowie die Transparenz in der Wertschöpfungskette eines Produzenten.



Die regionale Verankerung der ausgezeichneten Betriebe basiert auf vier Bausteinen, die sich jeweils aus mehreren Prüfpunkten zusammensetzen:

- Engagement in der Region
- Partnerschaftlicher Arbeitgeber
- Verantwortung für Lebens- und Wirtschaftsgrundlagen
- Transparenz in der Wertschöpfungskette

Seit 2015 ist das Zeichen mit dem Zusatz „Der Region verpflichtet“ als Kollektivmarke angemeldet. Die Nutzung geht mit einer Mitgliedschaft im Verein einher.

## Regionalfenster



Das Regionalfenster bietet Verbraucherinnen und Verbrauchern eine bessere Transparenz bezüglich der Herkunft von Produkten. Auf den blauen Siegeln ist angegeben, aus welcher Region die Hauptzutaten für das jeweilige Produkt stammen und wo das Produkt abgepackt wurde. Die Kriterien für das bundesweite

Regionalsiegel wurden vom Bundesverbraucherministerium entwickelt. Seit 2014 kann der Handel seine Produkte freiwillig mit dem Regionalfenster kennzeichnen. Mithilfe des Siegels können Kantinen also überprüfen, ob ein Produkt aus NRW stammt. Weitere Informationen sind unter [www.regionalfenster.de](http://www.regionalfenster.de) verfügbar.

## Vermarktungsinitiativen in NRW

Zusätzlich haben sich viele Vermarktungsinitiativen in den Regionen Nordrhein-Westfalens gegründet, die ihre Produkte mit eigenen Produktionsrichtlinien direkt vermarkten. Ein Link, unter dem alle Initiativen aufgelistet sind, findet sich unter [www.100-kantinen.nrw.de/service/initiativen.html](http://www.100-kantinen.nrw.de/service/initiativen.html).

## Direkter Kontakt mit den Erzeugern und Betrieben

Den wohl besten Einblick haben Kantinen durch den direkten Kontakt mit den Produzenten, denn sie können sich vor Ort von den Produktionsbedingungen überzeugen. Wer auf der Suche nach geeigneten Lieferanten ist, kann sich auf dem virtuellen Marktplatz des 100 Kantinen-Programms unter [www.100-kantinen.nrw.de/marktplatz](http://www.100-kantinen.nrw.de/marktplatz) registrieren und dort den eigenen Bedarf angeben.

## Auf einen Blick

### Zertifizierungen für Produkte aus NRW

- **Die Marke NRW** garantiert Qualität und Herkunft der zertifizierten Produkte.
- **Regionalfenster** gibt die Region an, aus der die Hauptzutaten eines Produktes stammen, in der es verarbeitet und abgepackt wurde.
- **Vermarktungsinitiativen** vermarkten ihre Produkte direkt mit eigenen Produktionsrichtlinien







## Teil 2

## Die Vorbereitung

Hat sich eine Kantine dazu entschieden, möglichst viele regionale Lebensmittel einzusetzen, ist es hilfreich, dieses gut vorzubereiten und sich mit den folgenden Fragen auseinanderzusetzen: Was genau sind die Ziele? Welche Lebensmittel werden aus der Region angeboten? Sind die Ressourcen für die Veränderungen vorhanden?

### Realistische Zielsetzung

Ein erster wichtiger Schritt hin zu einer regionalen Küche ist die Zielsetzung, bei der Sie verschiedene Punkte beachten sollten:

#### Ziele nicht zu hoch stecken

Viele Lieferbeziehungen bestehen schon lange. Den Anbietern sollte Zeit gegeben werden, um auf geänderte Wünsche und Ihre Nachfrage eingehen zu können.

#### Teilziele festlegen

Auch wenn es das Hauptziel ist, möglichst viele regionale Lebensmittel zu verwenden, ist es einfacher, schrittweise vorzugehen. Da es in den meisten Regionen NRWs Kartoffelbauern gibt, können Sie deren Erzeugnisse beispielsweise als Erstes einsetzen. Nach und nach können dann andere Produkte hinzukommen.

#### Zeitraum definieren, Meilensteile zur Kontrolle festlegen

Für alle Beteiligten muss klar sein, wann welches Ziel erreicht werden soll. Das gilt sowohl für die Vorbereitung als auch für die Umsetzung. Zum Beispiel: Bis August holt eine Kantine Angebote der hiesigen Milcherzeuger ein, und ab September gibt es Milchprodukte aus der Region.

### Bestandsaufnahme

Um das Projekt „regionale Küche“ erfolgreich umsetzen zu können, sollte jede Kantine vorab eine möglichst differenzierte Bestandsaufnahme machen und dabei verschiedene Faktoren berücksichtigen:

#### Bestehende Lieferstrukturen und Produktpalette

Die Umsetzung eines regionalen Küchenkonzeptes beinhaltet langfristig die Chance auf neue Gewinnpotenziale, auch wenn möglicherweise Mehrkosten auftreten. Durch eine schrittweise Umstellung auf regionale Lebensmittel lassen sich Veränderungskosten zum Großteil vermeiden. Um dieses Potenzial zu nutzen, empfiehlt es sich, die Gäste auf die Qualität ihrer Produkte aufmerksam zu machen. Diese schätzen den gesteigerten Wert Ihrer Speisen bestimmt.





### Zeitliche und personelle Kapazitäten

Der Einsatz regionaler Produkte bedeutet nicht zwangsweise, dass ein erhöhter Bedarf an personellen und zeitlichen Ressourcen entstehen muss. Analysieren Sie im Vorfeld, welche Lebensmittel mit regionaler Herkunft sich ohne Mehraufwand in Ihre bestehenden Küchenstrukturen einfügen lassen und beginnen Sie an diesem Punkt. Tipps von Kollegen können hier eine wertvolle Hilfe sein.

Veränderungen beim Einkauf und auch bei Produkten erfordern zunächst Zeit, können aber durch feste Lieferbeziehungen und genau definierte Qualitäten langfristig Zeit einsparen. Wichtig ist es, das motivierte und informierte Personal bei den Änderungen im Küchenalltag mitzunehmen.




### Analyse der Kundenwünsche

Wünschen sich die Gäste mehr regionale Lebensmittel oder regionale Rezepte? Schätzen sie Gerichte mit regionalen Rohstoffen? Finden Sie heraus, wie die Gäste zu einem regionalen Küchenkonzept stehen und wie Sie sie dafür begeistern können.

### Von den Erfahrungen anderer profitieren

Wie die ersten Schritte gehen, das wissen auch die Kollegen, die bereits auf ein regionales Küchenkonzept umgestellt haben. Daher geben sie sicherlich gern Einblick in ihre Küche und schildern ihre Erfahrungen mit regionalen Produkten. Neue Ideen helfen, um einen Weg für die eigene Küche zu finden. Als Anregung dienen auch die Konzepte der Pionierkantinen, die auf der Website des 100 Kantinen-Programms zu finden sind.

### Checkliste

- 
**Realistische Zielsetzung**  
 Setzen Sie Ihre Ziele nicht zu hoch, sondern planen Sie eine schrittweise Umstellung
- 
**Bestandsaufnahme**  
 Verschaffen Sie sich einen Überblick über Ihre Produktpalette, erstellen Sie eine Übersicht und überprüfen Sie zeitliche und personelle Kapazitäten.
- 
**Von anderen lernen**  
 Lassen Sie sich von den Ideen erfahrener Kolleginnen und Kollegen inspirieren.

## Beispiele aus der Praxis der Pionierkantinen

### Ein regionaler Tag

Monika Kellermann wollte die Küche des Kinder- und Jugendhospiz Balthasar unter anderem auf regionale Lebensmittel umstellen, um die heimische Landwirtschaft zu unterstützen und ökologischer zu arbeiten. Doch das war nicht leicht, denn laut der Küchenchefin gibt es im Sauerland nicht allzu viele Obst- und Gemüsehändler und das Fleisch aus artgerechter Tierhaltung ist teurer. Für ihre Kantine hat sie aber trotzdem einen Weg gefunden: Sie hat die Ziele nicht zu hoch gesteckt und begann mit einem regionalen Tag pro Woche. Auch für die Finanzierung des Fleisches hat sie eine Lösung: Um die höheren Preise zu kompensieren, gibt es zwischendurch günstigere vegetarische Gerichte, wie Pfannkuchen mit Apfelkompott.

### Durch eine Hospitation zum regionalen Küchenkonzept

„Es war ein langer und arbeitsintensiver Prozess, der noch längst nicht abgeschlossen ist“, sich aber laut Rafael Platzbecker, Kantinenleiter der Landesschulen NRW, trotzdem lohnt. Auf die Idee, ein regionales Küchenkonzept einzuführen, kam Platzbecker nach einer Hospitation in einer Großküche in Köln. Zwar waren die Voraussetzungen in seiner Kantine andere, gute Anregungen konnte er aber trotzdem mitnehmen.



### Durch Nachhaltigkeit Kosten sparen



Die LWL-Kliniken in Münster wirken einer Kosten-erhöhung durch den Einsatz regionaler Produkte ebenfalls entgegen. Durch den umsichtigen Umgang mit den verarbeiteten Produkten, lassen sich Lebensmittelabfälle zum großen Teil vermeiden. Die dadurch eingesparten Kosten investiert Abteilungsleiter Tomas Voß gerne in Produkte aus der Region.

### Anpassung der Speisepläne

Das Studierendenwerk Düsseldorf setzt auf ein regionales und somit nachhaltiges Betriebskonzept. Bei rund 10.000 Mittagessen pro Tag erfordert dies ein Höchstmaß an Vorbereitung, Planung und Organisation. Mehrkosten, die durch den Einsatz von regionalen Produkten entstanden sind, wurden durch die Anpassung der Speisepläne aufgefangen. „Das Angebot an vegetarischen und veganen Gerichten hält sich die Waage mit Fisch- und Fleischgerichten. Die Preise konnten dadurch stabil gehalten werden“, berichtet Stephan Bruns, Leiter der Gastronomie im Studierendenwerk Düsseldorf.







## Einkauf regionaler Lebensmittel

Die Lieferung regionaler Lebensmittel kann durch gutes Management und die enge Zusammenarbeit zwischen Kantinen und Lieferanten beziehungsweise Erzeugern garantiert werden. Grundsätzlich haben Kantinen, die in ihrer Küche auf regionale Produkte setzen, verschiedene Möglichkeiten, diese zu beziehen:

### Lieferstruktur wählen

#### Regional- und Direktvermarkter

Lebensmittel direkt bei den Erzeugern zu kaufen hat den Vorteil, dass Sie Fragen und Wünsche persönlich besprechen können. Innerhalb einer langfristigen Geschäftsbeziehung ist es außerdem leichter, auf die Bedürfnisse des Handelspartners einzugehen. Ausgefallene Sorten von Obst und Gemüse, besondere Rassen für das Fleisch oder eine große Vielfalt an Kartoffelsorten machen das Kochen bunt.

Eine Möglichkeit, sich über die Vielzahl von einzelnen Anbietern zu informieren, sind Erzeugerzusammenschlüsse und Regionalvermarktungsinitiativen. Vorteilhaft ist, dass durch solche Zusammenschlüsse regionale Lebensmittel auch in vergleichsweise hohen Mengen zur Verfügung stehen.

#### Händler

Wer bei Lieferanten bestellt, die verschiedene Produkte aus einer Region bündeln und in einem Vertrag eine feste Menge regionaler Produkte garantieren, hat einen vergleichsweise geringeren Zeitaufwand. Sprechen Sie mit Ihrem Lieferanten, ob er die Lebensmittel, die aus NRW stammen, auf dem Lieferschein ausweisen kann. Das erleichtert Ihnen den Überblick.

#### Gemeinsamer Einkauf

Durch den gemeinsamen Einkauf von kleineren Kantinen, deren kollektives Ziel der vermehrte Einsatz regionaler Lebensmittel ist, kann es auch für Lieferanten oder Erzeuger leichter, sein auf besondere Wünsche einzugehen. So wird der Landwirt eher bereit sein, eine Investition wie den Kauf einer Spezialmaschine (z. B. Kartoffelschälmaschine) zu tätigen, wenn er dafür mit einer langfristigen

### Checkliste

- ✔ **Lieferstruktur wählen**  
 Kombinieren Sie die für Sie am besten passenden Lieferanten.
- ✔ **Klare Absprachen treffen**  
 Sprechen Sie mit den Lieferanten über Ihre Erwartungen, aber auch über die der Lieferanten.
- ✔ **Kontakte pflegen**  
 Besuchen Sie die Landwirtschaftsbetriebe aus Ihrer Umgebung, mit denen Sie zusammenarbeiten, und treffen Sie sich regelmäßig mit Ihren Lieferanten.
- ✔ **Nachweise verlangen**  
 Nachweise zur regionalen Herkunft und Qualitätssiegel schaffen Vertrauen.



garantierten Abnahmemenge planen kann. Oftmals können bei einer großen Einkaufsmenge durch die zentrale Beschaffung mehrerer Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung Mengenrabatte realisiert werden.

Für welche Variante Sie sich auch entscheiden, grundsätzlich sind folgende Dinge wichtig:

### **Klare Absprachen treffen**

Ob bei bereits bestehenden oder neuen Geschäftsbeziehungen – eine zuverlässige Lieferstruktur kann nur aufgebaut werden, wenn folgende Fragen geklärt sind: Welche Menge regionaler Lebensmittel benötigt die Kantine in welcher Qualität? Sollen die Produkte bereits in einem gewissen Verarbeitungsgrad geliefert werden? Was können Erzeuger und Lieferanten zuverlässig liefern?

### **Kontakte pflegen und Nachweise verlangen**

Zuverlässige und vertrauensvolle Geschäftsbeziehungen können nur entstehen, wenn sie gepflegt werden. Daher ist es gerade in der Anfangszeit ratsam, die Betriebe zu besuchen. Direkte Geschäftsbeziehungen zu den Landwirten haben auch den Vorteil, dass Sie sich vor Ort von der Qualität der Lebensmittel überzeugen können. Auch Nachweise zur regionalen Herkunft und Qualitätssiegel schaffen Vertrauen auf beiden Seiten.

### **Suche nach neuen Lieferanten: Der virtuelle „Marktplatz“**

Passende Lieferanten für regionale Lebensmittel zu finden, kann ein zeitaufwändiges Unterfangen sein. Um die Suche zu erleichtern, wurde im Rahmen des 100 Kantinen-Programms ein „virtueller Marktplatz“ geschaffen. Dort haben sowohl Kantinen als auch Lieferanten und Erzeuger die Möglichkeit, den richtigen Handelspartner zu finden oder das eigene Angebot zu präsentieren. Sie alle stehen oft vor ähnlichen Fragen: Wer bietet in meiner Region welche Produkte an? Was braucht die Kantine in meiner Nähe? Und welche Caterer haben einen hohen Anteil an regionalen und artgerechten Produkten? Der Marktplatz ist zu finden unter [www.100-kantinen.nrw.de/marktplatz](http://www.100-kantinen.nrw.de/marktplatz).

Ein Sonderfall, den es beim Einkauf beziehungsweise bei der Suche nach passenden Lieferanten für regionale Lebensmittel zu beachten gilt, ist die Ausschreibepflicht für Kantinen öffentlicher Träger. Diese müssen sich an den Vorgaben der öffentlichen Vergabeordnung orientieren.



## Beispiele der Pionierkantinen

### Verlässlichkeit für Kantinen und Lieferanten

Von längerfristigen Kooperationen profitieren Kantinen wie Erzeuger gleichermaßen. Das wissen auch die Beteiligten der Essen-AG an der Freien Aktiven Schule Wülfrath. Die AG hat für die Schule mit einem Demeter-Bauernhof aus der Region vereinbart, dass sie ihm das ganze Jahr über die gleiche Menge Möhren zu einem gleichbleibenden Preis abnimmt. So kann sie sich auf die Lieferung verlassen, während der Landwirt bedarfsorientiert anbauen und außerdem mit einem festen Betrag kalkulieren kann.



Abgeschaut hat sich die Essen-AG diese Art des Handels vom Netzwerk „Solidarische Landwirtschaft“. Darin schließen sich Gruppen von Privatpersonen oder Unternehmen mit landwirtschaftlichen Betrieben zusammen. Die Gruppen verpflichten sich, jährlich einen im Voraus festgesetzten Betrag an den Hof zu zahlen. Das ermöglicht dem Landwirt, sich unabhängig von Marktzwängen einer guten landwirtschaftlichen Praxis zu widmen und bedarfsorientiert anzubauen. Im Gegenzug erhält die Gruppe die Ernte. Der wesentliche Punkt bei diesem Konzept: Alle teilen sich die Verantwortung, das Risiko, die Kosten und die Ernte.

### Kantinen und Lieferanten profitieren von Zusammenschlüssen

Das Akademische Förderungswerk Bochum besteht aus 52 Einrichtungen, die über einen zentralen Einkauf mit Produkten versorgt werden. So lassen sich beispielsweise Mengenrabatte ausschöpfen und folglich Kosten sparen. Über einen langfristigen Vertrag mit einem Ackerbaubetrieb ist die Versorgung mit Kartoffeln aus der Region gesichert.



Bei der Ärztekammer Westfalen-Lippe ist die Versorgung mit regionalen Kartoffeln durch einen Zusammenschluss von mehreren Landwirten garantiert. Erst in der Erzeugergemeinschaft kann die benötigte Menge für die rund 250 Mittagessen der Kantine bereitgestellt werden.



Auch im bergischen Land haben sich mehrere lokale Erzeuger, Verarbeiter und Vermarkter zusammenschlossen, um über ihre Regionalvermarktungsalternative unter anderem das Tagungshaus Wiesengrund mit verschiedenen Produkten aus der Region zu versorgen.







## Speiseplan und Küchenabläufe

### Speiseplan schrittweise regionalisieren

Die Integration von regionalen Lebensmitteln in Ihren Küchenalltag kann ohne zusätzlichen Aufwand erfolgen, indem Sie nur bestimmte Produktgruppen wie beispielsweise Kartoffeln, Eier oder Milch austauschen. Informieren Sie die Gäste über diese Veränderung, schließlich bieten Sie durch die Umstellung in der Regel frischere Lebensmittel an, deren Herkunft nachvollzogen werden kann.

### Regionale Gerichte anbieten

Verwenden Sie nicht nur regionale Produkte, sondern machen Sie den Gästen zusätzlich mit regionalen Rezepten Lust auf Ihre Küche. Anstelle von Schnitzel steht rheinischer Sauerbraten mit Fleisch von artgerecht gehaltenen Tieren aus NRW auf dem Speiseplan, ersetzen Sie Pfannkuchen durch Westfälischen Pickert oder veranstalten Sie Aktionswochen mit saisonalen Produkten aus der Region. Tolle Rezepte aus den verschiedenen Regionen NRWs finden sich unter [www.nrw-isst-gut.de/heimat-mit-geschmack/rezepte](http://www.nrw-isst-gut.de/heimat-mit-geschmack/rezepte) oder unter [www.landwirtschaftskammer.de](http://www.landwirtschaftskammer.de). Aber auch beim Käsekompass NRW (<http://www.kaesekompass-nrw.de/rezepte/>) oder auf der Spargelstraße (<http://www.spargelstrasse-nrw.de/html/rezepte.html>).

### Speiseplan mit der Saison und dem regionalen Angebot gestalten

Wenn Sie bestimmte Produkte komplett austauschen wollen – etwa Tomaten und Gurken auf dem winterlichen Salatbuffet durch Kraut oder Hülsenfrüchte – dann machen Sie das schrittweise und erklären Sie Ihren Gästen, warum Sie das tun. Altbewährte Gerichte und Leibspeisen müssen vom Speiseplan übrigens nicht komplett verschwinden. Oft reicht es, einzelne Komponenten durch regionale Produkte auszutauschen, ohne das Rezept zu verändern.

#### Checkliste



#### Speiseplan schrittweise umstellen

Lieblingsgerichte nicht vom Speiseplan nehmen; stattdessen einzelne Zutaten austauschen.



#### Regionale Gerichte anbieten

Typische Gerichte aus der eigenen Region machen die Gäste neugierig.



#### Gäste neugierig machen

Spannende neue Produkte (Chicorée statt Gurken) mit Informationen und Verkostungen einführen und so die Gäste begeistern.

## Beispiele der Pionierkantinen

### Rezepte wie aus Omas Zeiten

Bauerngulasch vom Rind mit dreierlei Bohnen und Kartoffeln oder Lippischer Pickert mit Fassbutter und Rübekraut – das Küchenteam von Henkelmann-Mahlzeit in Herford setzt auf bodenständige Hausmannskost sowie Rezepte aus „Omas Zeiten“, die nach Möglichkeit aus regionalen Zutaten bestehen.

Vom „zurück zu den Wurzeln“-Konzept sind die Gäste laut Restaurantleiter Marco Falke begeistert. Ob eigene Beschäftigte oder externe Gäste – das bodenständige Mittagessen schmeckt der breiten Masse. Jeden Tag verkauft die Kantine bis zu 150 Mittagessen zu Preisen zwischen 4,50 und 8,90 Euro. Für die gute Qualität und den Geschmack sind die Gäste gerne bereit, etwas tiefer in die Tasche zu greifen, ist sich Falke sicher: Traditionelle Gerichte gepaart mit dem Einsatz regionaler Produkte machten das nachhaltige Gesamtkonzept glaubhaft und seien der Schlüssel zum Erfolg.

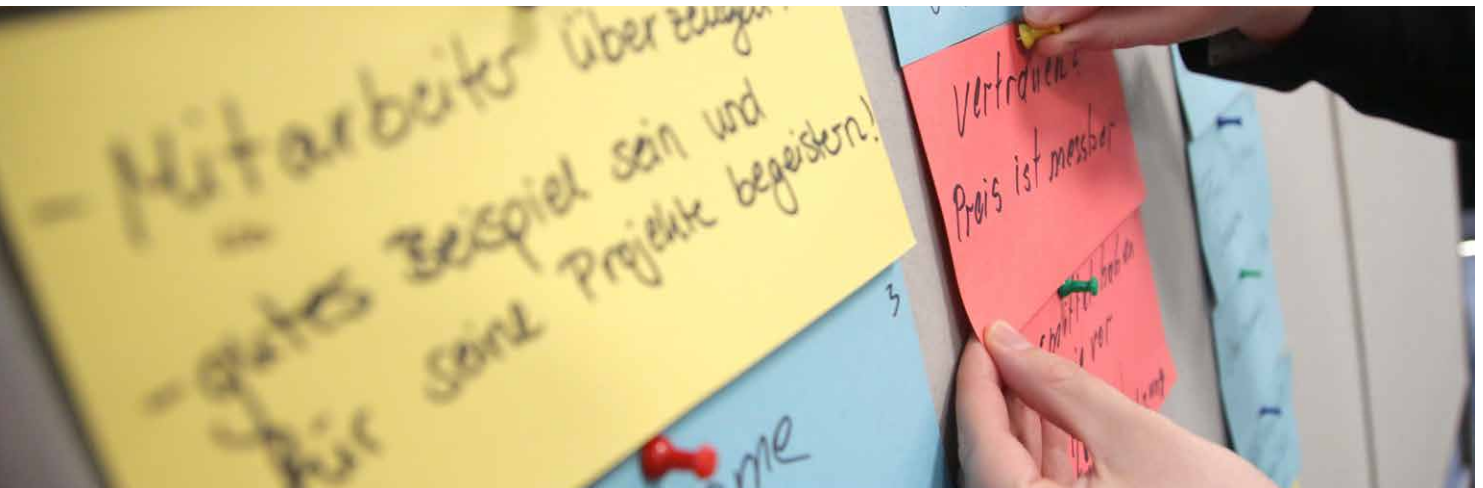


### Westfälischer Ananas und Oldenburger Palme – da werden die Gäste neugierig

Grünkohleintopf oder Steckrübensuppe – diese Gerichte gehören mit Sicherheit nicht zu den Lieblingsgerichten von Schülerinnen und Schülern. Um ihnen die alten Gemüsesorten doch schmackhaft zu machen, hat sich Ludger Busch, Küchenchef des Berufskollegs Tecklenburger Land in Ibbenbüren,

aber etwas ganz Besonderes einfallen lassen: Statt Steckrüben gibt es hier Westfälischen Ananas und Grünkohl hat er in Oldenburger Palme umbenannt. „Da werden die meisten Schülerinnen und Schüler dann doch neugierig und wollen das mal probieren“, erzählt der Küchenchef, der nicht nur beim Namen für die Gemüsesorten kreativ war. Mit Westfälischem Ananas und Oldenburger Palme probiert er alle möglichen Rezepte aus und kocht damit Lasagnen, Grätins oder mal ein indisches Gericht mit Curry. Den meisten seiner Gäste schmecken diese Gerichte gut und so kann Ludger Busch im Winter ohne Probleme auf Tomaten und Gurken verzichten.





## Erfolgreich kommunizieren

Sie haben bereits regionale Lebensmittel im Topf, aber Ihre Gäste wissen nichts davon. Das wäre schade – teilen sie ihren Gästen mit, dass Sie Ihnen etwas Gutes tun. Machen Sie transparent wie Sie regional definieren und was das Besondere an Ihrem Angebot ist. So können Sie gleichzeitig neue Gäste für sich gewinnen. Entscheidend ist es, eigene Zielvorstellungen authentisch und nachvollziehbar zu kommunizieren – gegenüber den Gästen, aber auch gegenüber den eigenen Beschäftigten und Lieferanten.

### Kommunikation mit den Gästen

- Informieren Sie über Ihr Vorhaben. Machen Sie dabei deutlich, inwiefern die Gäste selbst von regionaler Kost profitieren und bitten Sie um Anregungen. So fühlen sich die Kunden ernst genommen und Sie bekommen eine Ahnung, was die Gäste sich wünschen. Je nach Einrichtung und Zielgruppe bieten sich unterschiedliche Medien als Kommunikationskanal an, zum Beispiel Website, Social Media, Apps, Aushänge oder Infostände in der Kantine.
- Machen Sie Appetit auf Neues, indem Sie regionale Besonderheiten und saisonale Aktionen anbieten. Bieten Sie beispielsweise zur Saison eine Spargel-Woche an, in der es jeden Tag ein anderes Spargelgericht gibt. Erzählen Sie eine Geschichte zum Ursprung der Rezepte oder über die Zutaten selbst.
- Wenn Sie ungewöhnliche Zutaten oder neue Speisen einführen, lassen Sie die Gäste kosten.
- Der Speiseplan ist das Aushängeschild, gestalten Sie ihn daher anschaulich und attraktiv.
- Gesichter schaffen Vertrauen und Sympathie. Deswegen bietet es sich an, den Gästen die Erzeuger vorzustellen, die hinter einem Produkt stecken. Entweder geht das, indem die Erzeuger persönlich in die Kantine kommen, aber auch kleine Trailer auf digitalen Screens oder Porträts auf der Website sind Möglichkeiten.
- „Lieferantin oder Lieferant des Monats“ werden in Steckbriefen mit Ihren Betrieben und Produkten vorgestellt.

### Interne Kommunikation

- Informieren Sie Ihr Team bei einem Workshop über Ihr Vorhaben und beziehen Sie die Mitarbeiter von Anfang an in den Umstellungsprozess mit ein. Machen Sie deutlich, dass Sie sich über Anregungen und kreative Vorschläge freuen.
- Durch regelmäßige Schulungen und Weiterbildung bleibt ein Küchenteam motiviert und fit.
- Lassen Sie Ihren Mitarbeitern den Freiraum, eigene Ideen zu verwirklichen und übertragen Sie ihnen Verantwortung.





## Kommunikation mit den Lieferanten

- Führen Sie einen regelmäßigen Lieferantentreff ein. Im direkten Gespräch können Fragen und eventuelle Schwierigkeiten meist schnell geklärt werden.
- Besuchen Sie Ihre Lieferanten und laden Sie sie zu Ihnen in die Kantine ein, um dort für sich und Ihre Produkte werben zu können.
- Erstellen Sie klare Standards für Ihren Einkauf und informieren Sie Lieferanten und Erzeuger über Ihre Erwartungen.

## Das richtige Medium finden

Ob es nun um die Kommunikation mit den Gästen, den Mitarbeitern oder Lieferanten geht – bevor Sie anfangen, Flyer zu verteilen, E-Mails zu schreiben oder eine Facebook Seite einzurichten, sollten Sie sich folgende Fragen stellen:

- Welche Kernbotschaft über meine Kantine möchte ich vermitteln?
- Welche Zielgruppe möchte ich ansprechen?
- Mit welchem Medium spreche ich diese Zielgruppe am besten an?



## Checkliste



### Den Gästen Lust auf Regionales machen

Mit einem attraktiven Speiseplan, Aktionen und Informationen auf verschiedenen Kanälen locken Sie die Gäste an.



### Team einbinden und motivieren

Mitarbeiter liefern meist gute Ideen und freuen sich über Freiräume.



### Mit den Lieferanten an einem Strang ziehen

Binden Sie die Lieferanten in die Kommunikationsstrategie mit ein.



## Checkliste



### **Geeignetes Medium finden**

Die Suche nach dem geeigneten Medium wird leichter, wenn Kernbotschaft und Zielgruppe definiert sind.



### **Gezielt und einheitlich kommunizieren**

Überhäufen Sie Ihre Gäste nicht mit zu vielen Marketingmaßnahmen und kommunizieren Sie auf verschiedenen Kanälen einheitlich.



### **Kritik konstruktiv nutzen**

Beschwerden nicht persönlich nehmen, sondern als Anregungen verstehen.

Führen Sie eine Schulkantine oder eine Uni Mensa, erreichen Sie Ihre Gäste gut über soziale Medien. Mit einer Umfrage zu den Wunschgerichten auf Facebook können Sie Schülerinnen und Schüler oder Studierende begeistern, ältere Mitarbeiter eines Unternehmens unter Umständen aber nicht. Dort müssen Sie möglicherweise auf andere Medien zurückgreifen, wie das Intranet oder Infostände in der Kantine.

## **Gezielt und einheitlich kommunizieren**

Natürlich können auch verschiedene Medien gleichzeitig eingesetzt werden. Gerade, wenn es sich um eine heterogene Kundschaft handelt, bietet sich das sogar an. Doch kommunizieren Sie nicht zu viel und achten Sie darauf, dass die Botschaften auf allen Kanälen einheitlich sind. Geben Sie Ihren Gästen, aber auch den eigenen Mitarbeitern und Lieferanten die Möglichkeit, sich zu Ihren Botschaften und Ihrem Angebot zu äußern. Denn Kommunikation funktioniert nicht einseitig, sondern bedeutet immer ein gegenseitiges Zuhören und Austauschen.

## **Kritik konstruktiv nutzen**

Ob nun bei den Gästen, den Mitarbeitern oder Lieferanten: Führen Sie regelmäßige Befragungen durch. Oder stellen Sie Feedbackboxen auf und fragen Sie im persönlichen Gespräch nach Anregungen und Wünschen. Beschwerden sollten Sie nicht persönlich nehmen, sondern als konstruktive Kritik nutzen.



## Beispiele aus der Praxis der Pionierkantinen

### Feedbackbox und Kochbuchbibliothek – Gäste aktiv beteiligen

Die Ratskantine in Bielefeld hat sich unter dem Slogan „Natürlich lecker“ ganz der Herstellung nachhaltiger und gesunder Produkte verpflichtet. Um auch den Kunden und seine Meinung direkt in die Entwicklung der Gerichte miteinzubeziehen, hat das Team der Ratskantine eine Feedbackbox aufgestellt. So können Wünsche und Anregungen der Kunden berücksichtigt werden.

Auch Sammy der Koch, der die Kantine im Finanzamt Aachen betreibt, betont die Bedeutung der direkten Kommunikation mit dem Gast. Neben persönlichen Gesprächen, einem Buch für Kommentare und einer Kochbuchbibliothek haben die Gäste die Möglichkeit, selbst aktiv ihre Lebensmittel herzustellen, indem sie an der Saftpresse ihr eigenes Getränk zubereiten. So können die Gäste ein Gefühl für die Produkte erlangen.



### Mitarbeiter schulen und Lieferanten miteinbeziehen



Neben der Einbeziehung des Gastes ist die Kommunikation mit den Mitarbeitern von höchster Bedeutung bei der Umsetzung regionaler Konzepte in der Küche. Hier muss ein grundlegendes Verständnis für die Bedeutung des Einsatzes regionaler Produkte geschaffen werden. Hilfreich ist hierbei ein direkter Kontakt zu den Lieferanten, sodass eine Abstimmung schnell und flexibel stattfinden kann. Das betonen unter anderem die Betreiberinnen des Bio-Caterings VitaminReich, Sandra Wolz und Irene Müller.

Im Studierendenwerk Essen-Duisburg wird die Bedeutung von Regionalität direkt an die nächste Generation der Köche weitergegeben, indem dieses Thema Lehrinhalt der Ausbildung zum Koch ist.

### Gäste mit Worten locken

„Als Betreiber einer Kantine sollte man eines bedenken: Um Kunden in meine Kantine zu locken, muss ich sie zuerst mit Worten anziehen. Geschmack und Optik sind dann im nächsten Schritt wichtig“, sagt Michael Haupt, Geschäftsführer der A&Z Foodmanufaktur aus Köln. Aus diesem Grund gibt es in den von A&Z betriebenen Kantinen im Frühsommer auch nicht einfach Spargel und im Herbst Kartoffeln, sondern die Küchenchefs lassen sich etwas Besonderes einfallen – wie die Aktionswoche „Tolle Knolle – alles rund um die Kartoffel“.



# Impressum

## Herausgeber

Ministerium für Klimaschutz, Umwelt,  
Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz  
des Landes Nordrhein-Westfalen (MKULNV)  
Referat für Öffentlichkeitsarbeit  
40109 Düsseldorf

## Fachredaktion

Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft,  
Natur- und Verbraucherschutz des Landes NRW  
Referat II A 6 Agrarmarkt, Ernährungswirtschaft

## Text und Gestaltung

MediaCompany  
Agentur für Kommunikation GmbH

## Bildnachweise

Titel: © Windrather Talschule; fotolia.com © weerapat1003 (9x)

Seite 3: MKULNV

Seite 7: (o.) © StudioBille/Ralf Bille; (u.) fotolia.com © wsf-f

Seite 8-9 Pionierkantinen: (VitaminReich) © Ralf Bille; (Bayer) © mm-fotodesign/Marcus Müller-Saran;  
(Sammy der Koch) © Michel Kitenge; (FreieAktive Schule) © Joachim Ellinger; © Studierendenwerk Essen-Duisburg;  
© Casino Kräuterküche; © Studierendenwerk Düsseldorf; © Katharina Kasper ViaNobis; © Sinnvoll e.V.; © Ärztekammer  
Westfalen-Lippe; © Windrather Talschule; © Akademisches Förderungswerk, A.ö.R.; © LWL-Klinik Münster; © Berufskolleg  
Tecklenburger Land; © Henkelmann-Mahlzeit; © Ratskantine; © Landesschulen NRW; © Kinder- und Jugendhospiz  
Balthasar; © Kantine der Leopold Kostal GmbH & Co. KG; © Tagungshaus Wiesengrund; Kantinen im BfArM, BMZ und  
BMEL, © A&Z Foodmanufaktur GmbH

Seite 10: PantherMedia.net © Klaus Schönepauck

Seite 11: (o.) Clipdealer © Rebmann ; (u.) © StudioBille/Ralf Bille

Seite 12: PantherMedia.net © Jürgen Fälchle

Seite 13: PantherMedia.net © Phillip Minnis

Seite 14: MKULNV © Jörn Wolter

Seite 15: (o.) © StudioBille/Ralf Bille; (u.) fotolia.com © Tatjana Rittner (5x)

Seite 16: (o.) © LWL-Klinik Münster; (m.) © Landesschulen NRW; (u.) © Studierendenwerk Düsseldorf

Seite 17: © StudioBille/Ralf Bille

Seite 18: fotolia.com © Westend61

Seite 19: (o.) © StudioBille/Ralf Bille; © Akademisches Förderungswerk, A.ö.R.; © Ärztekammer Westfalen-Lippe;  
© Tagungshaus Wiesengrund

Seite 20: © StudioBille/Ralf Bille

Seite 21: © Henkelmann-Mahlzeit; © Berufskolleg Tecklenburger Land

Seite 22: © MKULNV © Jörn Wolter

Seite 23: © MKULNV © Jörn Wolter; (u.) © StudioBille/Ralf Bille

Seite 24: © MKULNV © Jörn Wolter

Seite 25: (o.) © Ratskantine (m.); © StudioBille/Ralf Bille; © A&Z Foodmanufaktur GmbH

## Stand

Mai 2016





Ministerium für Klimaschutz, Umwelt,  
Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz  
des Landes Nordrhein-Westfalen

40476 Düsseldorf  
Telefon 0211 45 66 - 0  
Telefax 0211 45 66 - 388  
poststelle@mkulnv.nrw.de  
www.umwelt.nrw.de

