

Regionalität in der Außer-Haus-Verpflegung

Gap zwischen Anspruch & Wirklichkeit

Florian Krommer

Projektmanagement

Bundesverband der Regionalbewegung e.V.

Regionalität in der Außer-Haus Verpflegung

- ▶ Der Bundesverband der Regionalbewegung e.V.
- ▶ Die Außer-Haus-Verpflegung in Deutschland
 - ▶ Status - Quo
 - ▶ Potentiale
- ▶ Regionalität in der Außer-Haus-Verpflegung
 - ▶ Gute Gründe für Regionalität
 - ▶ Anspruch & Wirklichkeit
- ▶ Potentielle Erfolgsfaktoren für mehr Regionalität in der Außer-Haus-Verpflegung




Die Regionalbewegung

- ▶ **Gründung** im Jahr **2005** auf Basis des bundesweiten Aktionsbündnisses „Tag der Regionen“
- ▶ **Hauptgeschäftsstelle in Feuchtwangen**, Zweigstelle in Borgentreich/NRW mit aktuell **20 Mitarbeitenden**
- ▶ **6 Vorstandsmitglieder, 350 Mitgliedsorganisationen**
- ▶ **Vier Landesverbände**, eine Regionalgruppierung
- ▶ **Finanzierung: Institutionelle Förderung** im BMEL, Projektförderungen

Interessenvertretung für Regionalinitiativen, kleinste, kleine und mittlere Unternehmen, Kompetenznetzwerk für Regionalität, Presse- und Lobbyarbeit für starke Nahversorgungsregionen

Status Quo in der Außer-Haus-Verpflegung

- ▶ Deutschlandweit täglich **16 – 17 Millionen Tischgäste** in den Bereichen Business, Care & Education
 - ▶ **Aufholeffekte** nach der Coronazeit zu erkennen
 - ▶ veränderte Ess- und Arbeitsgewohnheiten (Snackification)
 - ▶ Veränderte **Ökonomie** und **Digitalisierung** (weniger ausgebildete Fachkräfte)
 - ▶ **Pflanzenbasierte** Ernährung und **Bio-Lebensmittel** gewinnen an Bedeutung
 - ▶ Angebot an regionalen Erzeugnissen begrenzt
=> fehlende Möglichkeiten der **Mengen- und Transportbündelung**
 - ▶ **Potentialerkennung** für gesundheitsfördernde und nachhaltige Ernährung für alle Bevölkerungsgruppen in der GV und damit zu den gesetzten politischen Zielen
-  **Gemeinschaftsverpflegung befindet sich im Umbruch, aber zukunftsfähig**

Status Quo in der Außer-Haus-Verpflegung

Potentiale für eine steigende Nachfrage

- ▶ Steigende Anzahl an Singlehaushalten
- ▶ Höherer Anteil an berufstätigen Frauen
- ▶ Auflösung klassischer Mahlzeitenstrukturen, Zwischensnacks
- ▶ Individualisierung der Ernährungsgewohnheiten
- ▶ Zunehmende Mobilität und größere Entfernung zum Arbeitsplatz
- ▶ Zunahmen an Ganztagesangeboten in Schulen und Kindergärten
- ▶ Nachfrage nach regionalen Produkten ist wachsend

Potential für regionale Lebensmittel ist vorhanden!

Regionalität in der Außer-Haus-Verpflegung

Anspruch => gute Gründe für regionale Lebensmittel in der AHV

- ▶ Umweltschutz
- ▶ Stärkung der regionalen Wirtschaft & Bewahrung der Kultur
- ▶ Transparenz
- ▶ Wertschätzung und geringere Lebensmittelverschwendung
- ▶ Unabhängigkeit & Sicherheit
- ▶ Qualität der Produkte, Vielfalt
- ▶ Das „gute Gefühl“ beim Einkaufen
- ▶ Nachahmungseffekte



Regionalität in der Außer-Haus-Verpflegung

Wirklichkeit



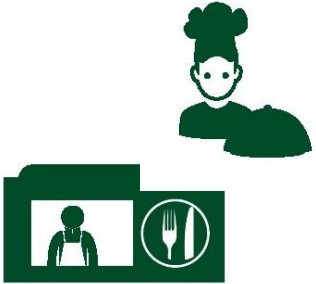
- Lokale Erzeuger für die GV werden weniger => Konzentrationsprozess
- Regionale Erzeuger können Verarbeitungsgrade oft nicht bereitstellen
- Geringe Investitions- und Anpassungsbereitschaft an Bedürfnisse der AHV
- fehlende Kooperationskultur entlang der Wertschöpfungskette
- Unzuverlässigkeiten in der Lieferung



- Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäcker, Metzger,...) reduzieren sich
- Verarbeitungsbetriebe im ländlichen Raum kaum vorhanden
- Bereitschaft in Investitionen und für Zusammenschlüsse ist gering

Regionalität in der Außer-Haus-Verpflegung

Wirklichkeit



- kein Fachpersonal verfügbar
- wenig Zeit für Küchenmanagement – „Küchenleiter ist Koch“
- kaum Speiseplangestaltung
- Kantine hat oft keine Wohlfühlatmosphäre zum Verweilen
- Zusammenarbeit mit lokalen Erzeugern aus Zeitgründen schwierig
- Großhandel ist favorisierte Bezugsquelle
- Probleme der Mengen- und Transportbündelung (v.a. im Ländlichen Raum)



- Mehrpreisbereitschaft ist oft nicht vorhanden
- Bewusstsein für wertvolle und nachhaltige Ernährung nicht im Fokus
- Umstellung der Ernährungsgewohnheiten in den Haushalten

Mögliche Erfolgsfaktoren für mehr Regionalität

Auswahl an möglichen Erfolgsfaktoren

- einfacher Zugang zu **Fördermöglichkeiten** für Erzeuger und Verarbeiter
- Etablierung einer **Transportlogistik** in ländlichen Räumen für Mengen- und Transportbündelung
- **Förder- und Anreizsysteme** für Kantinenbetriebe/Küchen regionale Lebensmittel einzusetzen
- gezielte **Verbraucherbewusstseinsbildung** für eine Steigerung der Nachfrage nach regionalen Lebensmitteln/Kommunikation der Mehrwerte
- **Regionale Kennzeichnung** der Lebensmittel und einfachere **Ausschreibungsmöglichkeiten**
- „**Wille**“ der Kantinenbetreiber/Küchen und ggf. **kommunale Verpflegungskonzepte**
- Regionale **Frischküchen** in beispielsweise kommunaler Hand

**KOMPETENZ
NETZWERK**
für Regionalität
in Deutschland



**Herzlichen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit!**

25./26.10.2023 | REGIO-MARKETING-TAGE Kassel